



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Analýza managementu házenkářského klubu

**Analysis of a handball club management**

Studentka: Veronika Křeháčková

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Miloš Kosík, Ph.D.

Ostrava 2010

## Zadání bakalářské práce

Student: **Veronika Křeháčková**  
Studijní program: B6208 Ekonomika a management.  
Studijní obor: 6208R101 Sportovní management  
Specializace: 02 Sportovní management  
Téma: **Analýza managementu házenkářského klubu**  
**Analysis of a Handball Club Management**

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
  2. Teoretická část, vymezení klíčových pojmů
  3. Typologie sportovních organizací
  4. Finance ve sportu
  5. Vlastní výzkumné šetření
  6. Závěr a doporučení
- Seznam použité literatury  
Seznam zkratk  
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce  
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

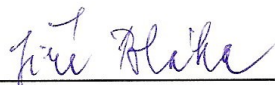
DLUHOŠOVÁ, D. *Finanční řízení a rozhodování podniku*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2006. 191 s. ISBN 80-86119-58-0.  
DURDOVÁ, I. *Sportovní management*. 1. vyd. Ostrava: VŠB-TUO, 2002. 121 s. ISBN 80-248-0130-2.  
KOTLER, P. *Marketing management*. Přel. V. Dolanský, S. Jurnečka. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 719 s. ISBN 80-247-0016-6.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

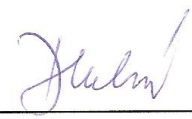
Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Miloš Kosík, Ph.D.**

Datum zadání: 20.11.2009

Datum odevzdání: 07.05.2010

  
prof. PhDr. Jiří Bláha, CSc.  
vedoucí katedry



  
prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová  
děkanka fakulty

**Čestné prohlášení:**

*Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a použila jen literaturu uvedenou v seznamu literatury, který je v práci uveden.*

*V Uherském Hradišti dne 9. července 2010*

*Veronika Křeháčková*

## **Poděkování**

*Děkuji vedoucí práce, panu Mgr. Miloši Kosíkovi, Ph.D. za vstřícný přístup, odborné rady a čas, který věnoval mé bakalářské práci.*

# OBSAH

|   |    |
|---|----|
| <b>1 ÚVOD</b>   | 8  |
| <b>2 TEORETICKÁ ČÁST, VYMEZENÍ KLÍČOVÝCH POJMŮ</b>  | 9  |
| 2.1 Management  | 9  |
| 2.1.1 <i>Sportovní management</i>   | 9  |
| 2.2 Manažer   | 9  |
| 2.2.1 <i>Sportovní manažer</i>  | 10 |
| 2.3 Sport   | 11 |
| 2.4 Házená  | 11 |
| 2.4.1 <i>Teorie házené, základní pravidla a pojmy</i>   | 12 |
| 2.5 Použité výzkumné metody a techniky  | 13 |
| 2.5.1 <i>Rozhovor</i>   | 13 |
| 2.5.2 <i>Swot analýza</i>   | 15 |
| <b>3 TYPOLOGIE SPORTOVNÍCH ORGANIZACÍ</b>   | 19 |
| 3.1 Akciová společnost  | 19 |
| 3.2 Společnost s ručením omezeným   | 20 |
| 3.3 Občanské sdružení   | 22 |
| <b>4 FINANCE VE SPORTU</b>  | 24 |
| 4.1 Financování ve sportu   | 24 |
| 4.1.1 <i>Tradiční zdroje financování tělovýchovných, tělocvičných jednot a sportovních klubů v ČR z hlavních činností</i> | 24 |
| 4.1.2 <i>Zdroje financování z doplňkových činností</i>  | 26 |
| 4.2 Sponzoring  | 28 |
| 4.3. Reklama  | 28 |
| 4.3.1 <i>Umístnění reklamy</i>  | 29 |
| <b>5 VLASTNÍ VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ</b>   | 31 |
| 5.1 Historie klubu  | 31 |
| 5.2 Specifika klubu   | 31 |
| 5.3 Management klubu  | 33 |
| 5.4 Sponzoring  | 34 |
| 5.5 Rozpočet  | 36 |
| 5.6 Reklama   | 36 |
| 5.7 Swot analýza  | 37 |

|  |           |
|--|-----------|
| 5. 8 Shrnutí výzkumného šetření.....                       | 37        |
| 5.9 Standardizovaný rozhovor .....                         | 38        |
| <b>6 ZÁVĚR A DOPORUČENÍ.....</b>                           | <b>41</b> |
| <b>Seznam použité literatury.....</b>                      | <b>42</b> |
| <b>Seznam zkratek.....</b>                                 | <b>43</b> |
| <b>Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce.....</b> | <b>45</b> |
| <b>Seznam obrázků a grafů.....</b>                         | <b>46</b> |
| <b>Seznam tabulek.....</b>                                 | <b>47</b> |
| <b>Seznam příloh.....</b>                                  | <b>48</b> |

# 1 ÚVOD

Myšlenka, že sport a osobní a sociální rozvoj jsou propojeny, je stejně tak stará, jako naše společnost. Sport je důležitým nástrojem pro mezinárodní rozvoj, který pomáhá lidem překonávat kulturní a etnické rozdíly, podporuje toleranci, nediskriminaci a propaguje zdravý životní styl. Směřuje lidi k sebeúctě, pomáhá jim překonávat těžká životní traumata a dává jim naději v těch zemích, kde se potýkají s válkami, nemocemi a chudobou. Základními principy ve sportu jsou především respekt k protihráči a pravidlům, ale také kolektivní práce a fair play.

Házená patří do velké skupiny míčových sportů. Je to rychlá, kontaktní, kolektivní míčová hra. Pro hodně lidí je agresivní a zároveň nebezpečná, ale tak jako každá hra, má i házená své kouzlo. Tato sportovní hra je velmi dynamická, rychlá a neustále se přelévá ze strany na stranu. Atraktivnost této sportovní hry spočívá jak ve velkém počtu rychlých útoků, tak i z toho pramenících vysokých počtů vstřelených branek. Tato kolektivní hra patří mezi jedny z nejnáročnějších sportů vůbec. Házená je dynamický, silový, agresivní a vzrušující sport, který vyžaduje fyzickou zdatnost, sílu, vytrvalost, výbornou zdravotní způsobilost a především týmovou práci. Hráč je neustále vystaven fyzickému kontaktu. Tento sport je nejrychlejším halovým sportem hned po hokeji. Hráči musí být pohybliví, nápadití a tvořiví a dohromady pracovat jako tým, mít tzv. „kolektivního ducha“.

V mé bakalářské práci, jejíž název zní: „Analýza managementu házenkářského klubu,“ se zaměřím na druholigový házenkářský klub SHK - Kunovice, jež je zároveň mým klubem mateřským. Házená je pro mě sportem, se kterým jsem se, dalo by se říci, narodila, sportem, se kterým vyrůstám, a jež se stal velkou a nepostradatelnou součástí mě samotné.

V teoretické části mé bakalářské práce se věnuji nejdůležitějším pojmům, kterých budu využívat ve své práci k dosažení cíle. Těmito pojmy jsou: management, sponzoring, házená, sport, finance.

Cílem mé bakalářské práce je analyzovat management házenkářského klubu.



## **2 TEORETICKÁ ČÁST, VYMEZENÍ KLÍČOVÝCH POJMŮ**

### **2. 1. Management**

Možná, že je to překvapující, ale management není objev moderní doby. Již před mnoha tisíci lety řídili faraóni nebo císaři rozsáhlé říše – někdy zdárně, jindy neúspěšně – a využívali přitom zkušeností rádců, přenášeli úkoly na státní úředníky, zajímali se o výsledky, jaké přinesla jejich opatření. [1]

Vznik managementu bývá spojován se jménem F. W. Taylora, který vydal v roce 1911 knihu s názvem „Shop Management“ a v roce 1913 publikaci „The Principles of Scientific Management“. Od té doby se pojem management rozšířil po celém světě a stal se často používaným [11].

Anglickému pojmu „management“, tolik a tak často frekventovanému v odborné literatuře, v denním tisku i v běžném životě, terminologicky odpovídá české slovo „řízení“ a to především řízení podnikové ve smyslu řízení všech podnikových činností (výroba, prodej, vývoj, výzkum). Tím se tento pojem odlišuje od užšího pojmu „řízení dílčích procesů“, zejména výrobních, technologických, aj., anglická literatura zpravidla v tomto smyslu užívá „kontrol“. [6]

#### **2.1.1 Manažer**

Pojem manažer bývá ztotožňován s pojmy řídící nebo vedoucí pracovník. V současné době se pojem manažer používá pro označování všech osob, které zodpovídají za chod organizace, ať už se jedná o podnikání, veřejnou správu nebo o společenské neziskové organizace. Všechny organizace potřebují manažery pro vykonávání činností, zajišťujících efektivní plnění cílů organizace a k navrhování, organizování a udržování procesů a stability organizace. Dále pro vypracování strategií a adaptací organizace na změny vnějšího prostředí a pro zajišťování kontroly průběhu procesů a kontroly lidí v organizaci. Také pro zprostředkování výměny informací mezi organizací a vnějším prostředím a pro vytváření vnitropodnikového systému organizace a řízení [11].

### **2. 2. Sportovní management**

Pojem management tělesné výchovy a sportu (dále jen TVS) lze chápat jako způsob uceleného řízení tělovýchovných a sportovních svazů, spolků, klubů, které mají alespoň z části podnikatelsky

orientované chování. Dále jde o způsob řízení v podnikatelském sektoru výroby sportovního zboží či provozování placených tělovýchovných služeb. Vznik těchto pojmů si vynutila tělovýchovná a sportovní praxe. Snahou je efektivní využívání velkých finančních částek, které ve sportu kolují, uplatňování komerčních zájmů v oblasti sportu, cílevědomé chování v prostředí sportovní konkurence, řešení specifických problémů vedení sportovní mládeže a zabezpečování sportovní administrativy. Pojem sportovní management se člení na dva základní póly – sport x management a komerce. Komponenta managementu a komerce zahrnuje kromě manažerských řídicích funkcí jako je plánování, organizování, vedení lidí a kontrola i oblasti jako účetnictví, marketing, ekonomie, finance a právo. Komponenta sportu zahrnuje oblast diváctví ve smyslu konzumování zábavy a dále oblast zdatnosti, kde je ve středu zájmu aktivní účast participantů na sportovních a tělovýchovných aktivitách [14].

Sportovní management má interdisciplinární charakter, využívá metod různých oborů, jako je ekonomie, management, psychologie, sociologie, systémové vědy, právo a další [6].

Pro sportovní management jsou charakteristické tři jedinečné aspekty, které odlišují sportovní management od jiného řízení v podnikání :

- sportovní marketing,
- podnikání ve sportu,
- zaměstnání v průmyslu, který vyrábí sportovní zboží. ( Parks, J. B. Contemporary Sport Management. Human Kinetice Publisher, 1998)

## **2. 2. 1. Sportovní manažer**

Pro sportovního manažera je důležitá jeho specializace a přehled vazeb a fungování vrcholové, střední a základní roviny managementu tělesné výchovy a sportu. Přičemž uplatnění základních funkcí manažera i v oblasti tělesné výchovy a sportu je samozřejmostí. [6]

Kdo je manažer v tělovýchově a sportu, označovaný běžně jako sportovní manažer :

- *manažer na úrovni vedení sportovní činnosti* – vedoucí sportovních družstev i jednotlivců, specialista vyškolený pro řízení velkých sportovních družstev ( mistrovství Evropy, světa, Olympijských her atp.), specialista zabývající se uplatněním ve volném čase lidí, v pracovním procesu, mezi zdravotně handicapovanými atp.
- *manažer na úrovni řízení určité sportovní organizace* – výkonných výborů sportovních a

tělovýchovných svazů, vedoucí sportovních středisek řízených armádou a policií apod.

- *manažer v podnikatelském sektoru výroby sportovního zboží či provozování placených tělovýchovných služeb* – vedoucí fitness, vedoucí výroby sportovního nářadí a náčiní, pracovníci reklamních a marketingových agentur pro tělesnou výchovu a sport apod. [7]

## 2. 3 Sport

Slovo sport vzniklo z francouzského desport, či anglického disport. Základem je latinské slovo deportare, což znamená bavit se. Základem sportu jsou jednotlivá sportovní odvětví, která se člení podle různých specifických hledisek.

Dělení sportu :

- kolektivní,
- individuální,
- kontaktní,
- bezkontaktní,
- amatérský,
- profesionální,
- disciplíny s větším či menším rizikem.studijni. [12]

## 2. 4 Házená

Házená se řadí v současné době mezi světově nejrozšířenější a nejoblíbenější sportovní hry. Atraktivita házené se vyznačuje rychle se měnícími herními situacemi, změnami skóre v krátkém časovém úseku a velkými možnostmi improvizace.

### 2. 4. 1. Teorie házené, základní pravidla a pojmy

Házená patří dlouhodobě k těm sportovním hrám, ve kterých byli čeští sportovci mezinárodně úspěšní. Naši házenkáři a házenkářky by rádi na dosažené výsledky navázali i v budoucnosti. Splnění takového cíle mohou dosáhnout společným úsilím hráči a trenéři, kteří mají k házené nejen hluboký vztah, ale disponují i dostatkem poznatků o hře jako takové a o tom, jak se jí naučit.[13]

**Hrací plocha** je obdélník dlouhý 40 m, široký 20 m a obsahuje dvě brankoviště a hrací pole. Čáry vymežující hrací plochu na delší straně se nazývají postranní čáry. Kratší strany hrací plochy ohraničují brankové čáry (mezi tyčemi branky) a vnější brankové čáry (po stranách branky).

**Branka** stojí ve středu každé vnější brankové čáry. Branky musí být pevně zakotveny do podlahy nebo do zdi za nimi. Mají světlost na výšku 2 m a na šířku 3 m. Před každou brankou je vyznačeno brankoviště. Brankoviště je ohraničeno čarou brankoviště (6 m čarou).

**Čára volného hodu** (9 m čára) se vyznačí přerušovanou čarou ve vzdálenosti 3 m před čarou brankoviště souběžně s ní. Jednotlivé úseky čáry stejně jako mezery mezi nimi měří vždy 15 cm.

**Sedmimetrová čára** (7 m čára) je 1 m dlouhá značka přímo před středem branky. Je vyznačena rovnoběžně s brankovou čarou ve vzdálenosti 7 m od ní (měřeno od zadního okraje brankové čáry k přednímu okraji 7-m čáry).

**Hrací doba** pro všechna družstva s hráči ve věku nejméně 16 let má dva poločasy, každý trvá 30 minut. Přestávka mezi poločasy trvá normálně 10 minut.

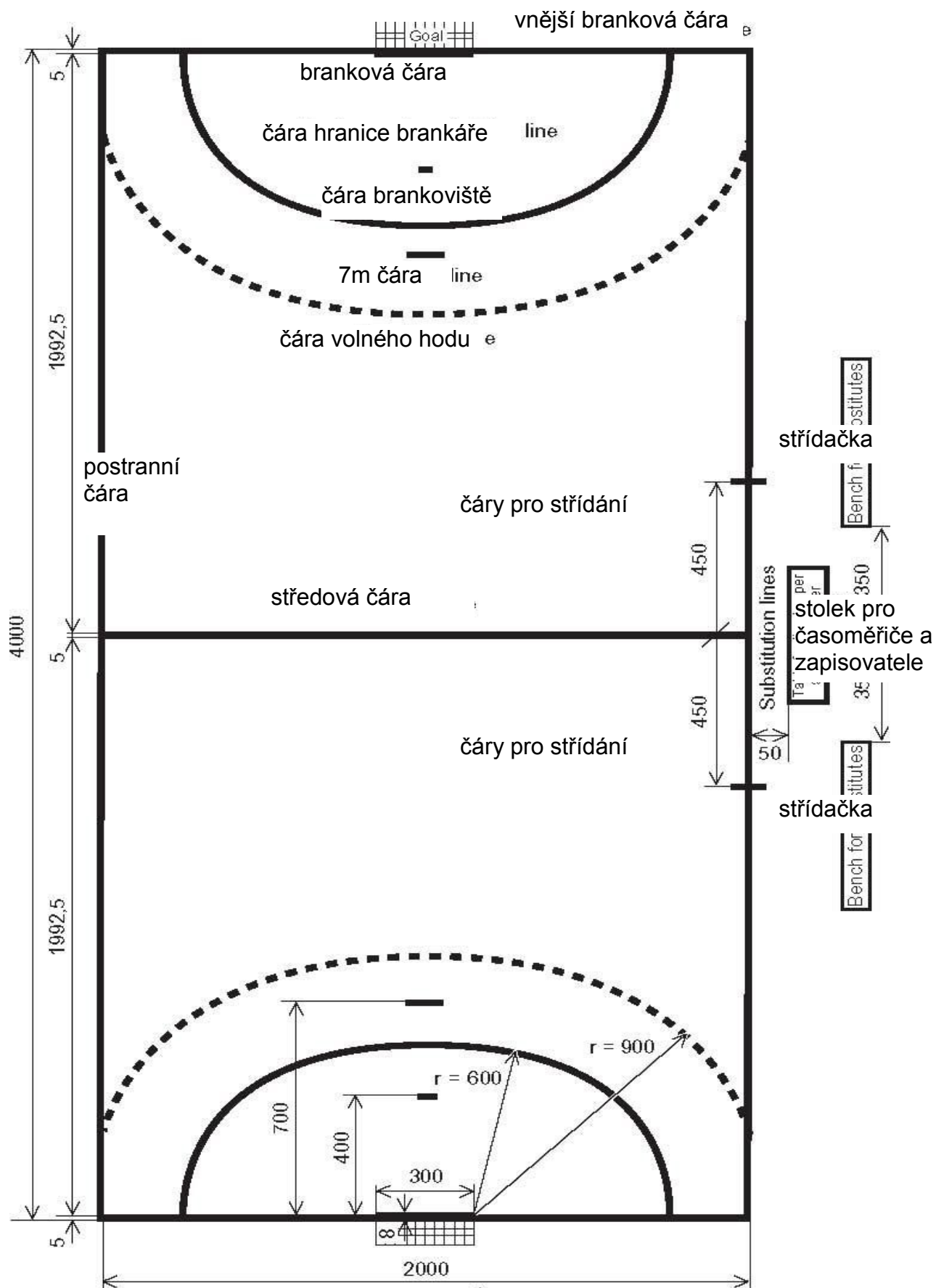
**Míč** je zhotoven z kůže nebo syntetického materiálu. Musí být kulatý. Vnější materiál nesmí být lesklý nebo hladký (17:3).

Družstva v jednotlivých kategoriích musí používat míče následujících velikostí (obvod a váha) :

- 58-60 cm a 425-475 g (velikost IHF 3) pro muže a dorostence (16 let a starší);
- 54-56 cm a 325-375 g (velikost IHF 2) pro ženy, dorostenky (14 let a starší) a žáky (od 12 do 16 let);
- 50-52 cm a 290-330 g (velikost IHF 1) pro žákyně (od 8 do 14 let) a žáky (od 8 do 12 let).

**Družstvo** se skládá nejvýše ze 14 hráčů. Na hrací ploše se smí současně nacházet nejvýše 7 hráčů. Ostatní hráči jsou střídající. Družstvo musí během celého utkání mít jednoho z hráčů na hrací ploše označeného jako brankáře.

Obr. 2. 4 Hrací plocha [15]  
Rozměry jsou uvedeny v cm



## 2. 5 Použité metody a techniky výzkumu

### 2. 5. 1 Rozhovor (interview)

Jedná se o bezprostřední rozhovor výzkumníka se zkoumaným člověkem nebo skupinou. Rozhovor je technika výzkumu používající dotazování. Kladou se uzavřené nebo otevřené otázky. U otevřených otázek se může dotazovaný (ten kdo odpovídá) více rozpovídat. Dotazovatel (ten kdo otázky klade) se ptá tak aby dostal odpovědi které potřebuje pro své zjištění.

#### Typy rozhovorů:

- *standardizovaný, formalizovaný, kategorizovaný rozhovor* – má přesný řád, postupuje

se přesně podle připraveného textu (formuláře), čímž se blíží dotazníku – výzkumník čte respondentovi otázky a ten na ně odpovídá,

- *nestandardizovaný, volný rozhovor* – i ten je samozřejmě dobře připraven předem, ale

tento rozhovor se značně přibližuje běžnému rozhovoru, vede k bezprostřednímu projevu respondenta,

- *polostandardizovaný* – nese prvky volného i standardizovaného rozhovoru,
- *rozhovor zjevný* – výzkumník zcela otevřeně bez utajování sdělí respondentovi cíl

své návštěvy, vyžádá si jeho souhlas a zcela otevřeně klade otázky a zaznamenává odpovědi,

- *rozhovor skrytý* – vylučuje jakékoliv přímé zaznamenávání odpovědí a respondent

nemá ponětí o skutečném cíli rozhovoru,

- *rozhovor individuální* – rozhovor výzkumníka s jednou osobou.

#### Dělí se na rozhovor:

- **měkký** – navození stavu důvěry, pohody, volnosti otázek i odpovědí, dotazovaný se může takzvaně vypovídat,
- **tvrdý** – dotazovatel se chová autoritativně, přísně vyžaduje přesné odpovědi na přesně stanovené otázky,
- **neutrální** rozhovor – je užíván nejčastěji, vychází se z předpokladu, že respondent má zájem vyslovit svůj názor, účastnit se výzkumu, dotazovatel zabezpečuje dosažení cíle rozhovoru.

- *rozhovor skupinový* – hromadný rozhovor prováděný současně s několika osobami. Dává se přednost 6-10-ti členným skupinám a při výzkumu se musí počítat s veřejným míněním tzv. Názorových vůdců.

#### **Zdroje chyb při rozhovoru:**

- přílišné sebevědomí tazatele,
- sugestivní kladení otázek,
- vliv věku tazatele, pohlaví, dialektu,
- velký sociální rozdíl (postavení) mezi tazatelem a dotazovaným,
- přítomnost dalších osob, které narušují průběh rozhovoru,
- pokládání příliš „chytrých“ nebo naopak naivních otázek,
- ovlivňování dotazovaného vyjadřováním vlastních názorů,
- přílišná délka rozhovoru atp.. [5]

Problematika záznamu nestandardizovaného rozhovoru a záznamu pozorování:

Absolutní přesnost záznamu zaručí pouze magnetofonový pásek či videozáznam. Mikrofon, kamera mohou značně znepríjemnit ovzduší. Při použití skrytého mikrofону vystanou zase problémy právní a mravní (etické). Výzkumník sám musí zvážit, zda výše jmenované problémy nejsou negativy vlastního výzkumu. Často se lze bez těchto technických pomůcek obejít, situaci řeší dobře připravený záznamový arch. [5]

### **2. 5. 2 SWOT analýza**

Je jednou ze základních metod marketingového auditu. S její pomocí je možné komplexně vyhodnotit fungování firmy, nalézt problémy nebo nové možnosti růstu. Je součástí strategického (dlouhodobého) plánování společnosti. Má svůj název podle počátečních písmen těchto anglických slov:

- S – strenghts (síly)
- W – weaknesses (slabosti)
- O – opportunities (příležitostí)
- T – threats (hrozby)

Úspěšná aplikace vhodné strategie je závislá na tom, jak firma dokáže zhodnotit na jedné straně své silné a slabé stránky (analýza S/W) a jak dokáže identifikovat vhodné příležitosti a hrozby (O/T). [11]

### **Analýza vnějšího prostředí (O/T)**

Postup analýzy SWOT vychází nejprve ze zkoumání vnějšího (externího) prostředí, které firmu obklopuje. Tato sféra působí na firmu nekontrolovatelnými faktory, protože leží mimo její kontrolu. Strukturu tohoto prostředí tvoří makroprostředí. Cílem analýzy makroprostředí je určení možných příležitostí pro uplatnění strategických aktivit firmy a identifikaci možných rizik.

Makroprostředí tvoří následující složky:

- Přírodní prostředí – může v mnoha oborech představovat základní potenciál pro podnikání, z hlediska přírodních zdrojů a klimatických podmínek.
- Technologické prostředí – znamená především nové technologie a inovace.
- Demografické prostředí – je rozhodující pro vytváření trhů, jejich struktury a velikosti. Sledujeme velikost populace, hustotu, mobilitu obyvatel, sociální, vzdělanost a věkovou strukturu.
- Ekonomické prostředí – makroekonomické trendy a fáze hospodářského cyklu vytvářejí rámec pro podnikatelské možnosti. Zahrnuje především ekonomický růst, pohyb inflace, zavedení eura, kolísání nezaměstnanosti, působení hospodářské krize aj.
- Politicko právní prostředí – důležitá je znalost zákonů.
- Sociálně-kulturní prostředí – promítá se do spotřebního a kupního chování zákazníků.
- Vlivy globálního makroprostředí – nadnárodní podniky, integrace a seskupení, mezinárodní smlouvy. [11]
- Po zhodnocení uvedených analýz je firma schopna identifikovat možná rizika a možné příležitosti, ale to pro stanovení marketingové strategie nestačí. Firma by měla dále zhodnotit vytypované příležitosti z hlediska atraktivnosti a pravděpodobnosti úspěchu. [11]

### **Analýza vnitřního prostředí (S/W)**

Analýza S/W je tvořena analýzou externího mikroprostředí a interního mikroprostředí.

Externí mikroprostředí, neboli blízké okolí organizace tvoří:

- Zákazníci – ti, kteří nakupují služby. Jsou jedním z nejdůležitějších faktorů mikroprostředí.
- Dodavatelé – ovlivňují možnosti a efektivitu získávání potřebných zdrojů, jenž jsou nutné pro plnění funkce podniku.



- Konkurence – analyzuje se konkurence uvnitř odvětví a v lokalitě působení naší firmy. Srovnáváme vlastní marketingový mix s konkurenčním a hledáme sílu a slabost konkurentů.
- Marketingové prostředníci – jsou to zprostředkovatelé služeb, výzkumné a reklamní agentury, finanční organizace.
- Veřejnost – je místní komunita, odborná veřejnost, média a různé nátlakové skupiny. [10]

### **Interní mikroprostředí**

Představuje výrobní, technické, technologické, finanční a jiné podmínky, které v dané organizaci poskytující služby existují a určují mantinely, ve kterých se organizace pohybuje. Rozhodující význam pro zhodnocení síly nebo slabosti má realizovaná marketingová činnost, projevující se navenek prvky marketingového mixu – produktem, cenou, distribucí, komunikačním mixem, zaměstnanci, materiálním prostředím a procesy. Každá organizace má své specifika, která v dané situaci mohou být silnou nebo slabou stránkou a je proto na vedení firmy, aby dokázali svou situaci správně analyzovat a správně vyhodnotit. Každý identifikovatelný faktor, síly nebo slabosti, by měl být posouzen podle toho, zda se jedná o rozhodující silnou stránku, limitující silnou stránku či o neutrální faktor. Obdobně se hodnotí slabé stránky. [11]

SWOT analýza je jednoduchým nástrojem pro stanovení firemní situace vzhledem k vnitřním i vnějším podmínkám. Podává informace jak o silných a slabých stránkách firmy, tak i o jejích příležitostech a hrozbách. Cílem firmy by mělo být omezit své slabé stránky, silné stránky podporovat, využívat příležitostí okolí a snažit se zamezit případným hrozbám. K tomu však potřebujeme dostatek kvalitních informací. [4]

SWOT analýzu můžeme přehledně vyjádřit graficky.

Tabulka 2.1 Prvky SWOT analýzy [4]

| Interní faktory  | Externí faktory  |
|--|--|
| <b>Silné stránky (W)</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>- kapitálová síla</li> <li>- moderní technologie</li> <li>- kvalita poskytovaných služeb</li> <li>- kvalita managementu</li> <li>- znalosti z oboru</li> <li>- dobrá cenová strategie atd.</li> </ul> | <b>Příležitosti (O)</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>- růst poptávky</li> <li>- růst trhu</li> <li>- nová firma</li> <li>- vytváření pracovních míst atd.</li> </ul>    |
| <b>Slabé stránky (S)</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>- vysoká zadluženost</li> <li>- zastaralá technologie</li> <li>- nedostatek financí pro provoz</li> <li>- slabá finanční pozice</li> <li>- vysoká režie atd.</li> </ul>                               | <b>Rizika (T)</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>- vysoká konkurence</li> <li>- nestabilita trhu</li> <li>- kvalita spolupráce</li> <li>- nízké standardy atd.</li> </ul> |

### 3 Typologie sportovních organizací

Ve sportovním prostředí působí vedle sebe paralelně několik druhově i institucionálně rozlišných typů sportovních organizací. Sportovní kluby mohou vznikat na bázi občanského sdružení nebo obchodních společností. V České republice jde převážně o akciové společnosti a společnosti s ručením omezeným a jejich organizační struktura je dána obchodním zákoníkem. [6]

#### 3.1 Akciová společnost (a. s.)

Tvorba organizační struktury je zčásti, především ve vyšších úrovních řízení, vázána obchodním zákoníkem.

U českého modelu akciové společnosti jde o valnou hromadu, dozorčí radu, představenstvo, vrcholový management.

*Valná hromada* a. s. projednává:

- změnu stanov,
- rozhodnutí o zvýšení a snížení základního jmění,
- volbu a odvolání členů představenstva, pokud stanovy neurčují, že jsou voleni a odvoláni dozorčí radou,
- volbu a odvolání dozorčí rady a jiných orgánů, určených stanovami s výjimkou členů dozorčí rady,
- schválení roční účetní uzávěrky, rozhodnutí o rozdělení zisku a stanovení tantiém,
- rozhodnutí o zrušení společnosti,
- rozhodnutí o dalších otázkách, které zákon nebo stanovy zahrnují do působnosti valné hromady.

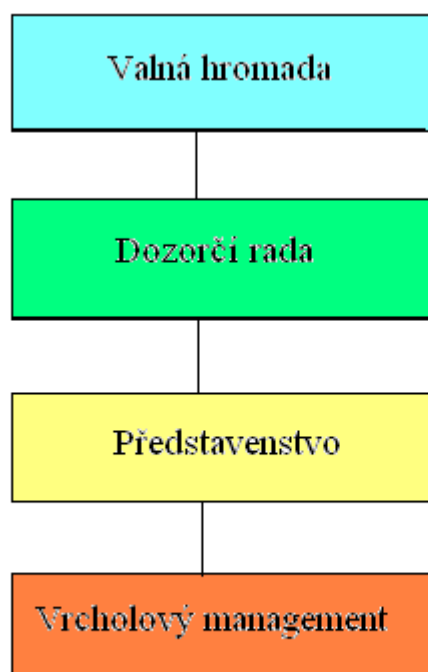
*Dozorčí rada* má za úkol:

- prosazovat všechny strategické záměry akcionářů,
- dohlížet na výkon působnosti představenstva a uskutečňování podnikatelské činnosti. Z vymezení v obchodním zákoníku je chápána jako kontrolní orgán.

*Představenstvo* je statutárním orgánem akciové společnosti, který řídí a. s. A jedná jejím jménem. Rozhoduje o všech záležitostech a. s. , pokud nejsou vyhrazeny do působnosti valné hromady. Z

díky obchodního zákoníku je chápána jako řídicí orgán.

*Vrcholový management* představuje profesionální operativní řízení společnosti. Vymezení činnosti již není dáno obchodním zákoníkem, ale formuje se vzhledem ke konkrétní povaze činnosti společnosti. U sportovních klubů začíná diferenciací organizačních struktur právě při organizování jeho profesionálního managementu. [6]



Obr. 3. 1. Obecné schéma akciové společnosti

### 3. 2 Společnost s ručením omezeným ( s. r. o. )

Organizační struktura společnosti s ručením omezeným musí ve sportu respektovat také obchodním zákoníkem předepsanou strukturu orgánů. Je to valná hromada, jednatelé a dozorčí rada.

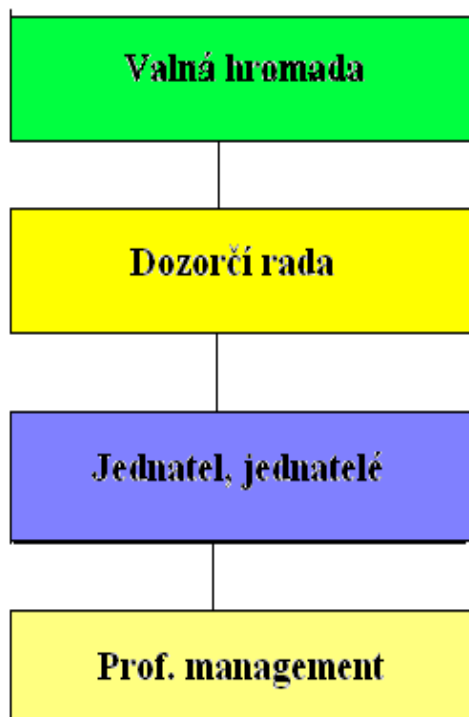
*Valná hromada* je nejvyšším orgánem společnosti. K její působnosti patří:

- odmítnutí jednání učiněných před vznikem společnosti,
- schvalování roční účetní závěrky, rozdělení zisku a úhrady ztrát, schvalování stanov,
- rozhodování o změně společenské smlouvy,

- jmenování, odvolání a odměňování jednatelů,
- jmenování, odvolání a odměňování členů dozorčí rady,
- vyloučení společníka,
- rozhodování o zrušení společnosti.

*Dozorčí rada:*

- dohlíží na činnost jednatelů,
- nahlíží do obchodních a účetních kní a jiných dokladů a kontroluje tam obsažené údaje,
- přezkoumává roční účetní závěrku,
- podává zprávy valné hromadě ve lhůtě stanovené společenskou smlouvou, jinak jednou ročně.



*Obr. 3.2. Obecné schéma společnosti s ručením omezeným*

### 3. 3 Občanské sdružení

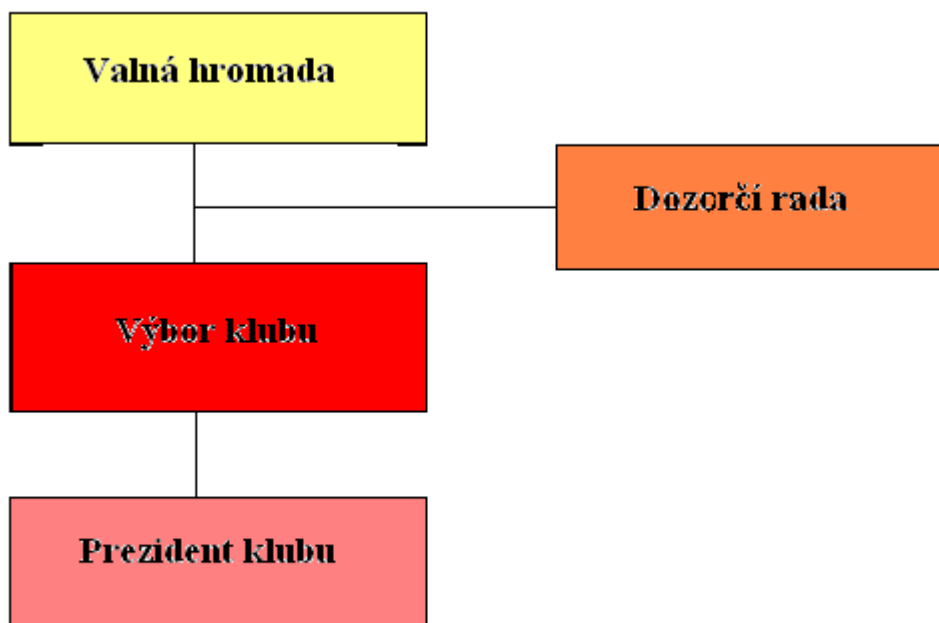
Organizační struktura se odvíjí od základního dokumentu občanského sdružení a to jsou stanovy. Ve stanovách je organizační struktura projednávána na úrovni orgánů klubu. Za ty se považují : valná hromada (konference), prezident klubu, dozorčí rada klubu (event. revizoři účtů). Přestože jsou některé názvy shodné s obchodními společnostmi, je principiální realizace činnosti odlišná.

*Valná hromada* klubu typu občanského sdružení vykonává následující činnosti :

- projednává zprávu o činnosti a hospodaření klubu a o stavu klubového majetku, práv a závazků,
- projednává a bere na vědomí zprávu dozorčí rady ( event. revizorů účtů ),
- projednává a schvaluje rámcový nebo pevně stanovený rozpočet klubu pro následující období,
- stanoví výši jednorázového klubového příspěvku pro případné zájemce o členství zakládajícího člena klubu, výši ročního klubového příspěvku pro činné členy klubu,
- schvaluje podmínky smluvního členství,
- přijímá čestné členy klubu,
- stanoví volební období orgánů,
- volí členy výboru klubu,
- volí a odvolává dozorčí radu, resp. revizory účtů,
- rozhoduje o vstupu a vystoupení z klubu nebo ze spolkových sportovních institucí,
- rozhoduje o převodu vlastnictví klubového nemovitého majetku,
- rozhoduje o změnách, úpravách a doplňcích stanov,
- rozhoduje o zániku, rozpuštění, rozdělení a sloučení klubu.

*Výbor klubu* přijímá rozhodnutí a usnází se ve věcech, které nejsou výslovně svěřeny valné hromadě anebo ve věcech a záležitostech, které byly výboru klubu valnou hromadou svěřeny, nebo je pravomoc klubu vyjádřena ve stanovách.

*Dozorčí rada* resp. revizoři účtů jsou oprávněni kontrolovat všechny účetní a finanční operace klubu, stav hospodaření s penězi, právy a majetkem klubu a podávat o tom zprávy výboru klubu a valné hromadě. Rozhodují o případném sporu o kvalitu právního, účetního nebo finančního dokladu. Zároveň navrhuji v případě zjištěných nedostatků napravná opatření. [6]



*Obr. 3.3. Obecné schéma občanského sdružení*

## 4 Finance ve sportu

### 4.1 Finanční zdroje sportovních klubů

Pro klasifikaci ekonomických zdrojů existuje několik klasifikačních hledisek. Proč se mluví o ekonomických zdrojích? Je to z toho důvodu, že v TJ a SK ve formě občanských sdružení ve velké míře využívají neplacenou dobrovolnou práci svých členů. Klasická podniková ekonomie a účetnictví používá hledisko původu zdroje a pak se mluví o vlastních a cizích zdrojích. Dále můžeme rozlišovat finanční a nefinanční zdroje a podrobněji peněžní a nepeněžní zdroje. Daně nám rozlišují příjmy z hlavní činnosti a vedlejší činnosti, nebo-li zkráceně daňové a nedaňové příjmy. Z jiného hlediska se u neziskových organizací, kam TJ a SK v rozhodující míře patří, používáme hledisko samofinancování. Zde rozeznáváme zdroje získané, vytvořené vlastní činností klubu a ty, které pro svoji činnost získává z jiných (cizích) zdrojů mimo sportovní prostředí, zejména z veřejných rozpočtů, firem apod. Mluvíme – li o těchto jiných zdrojích, pak jejich nevýhodou je, že jsou značně nestabilní, s jejich využíváním je spojeno značné riziko. Orientuje – li se TJ v převážné míře na tyto zdroje, pak je neustále ohrožena její další existence. V této části abstrahujeme od dobrovolné práce jako jednoho z nejvýznamnějších ekonomických zdrojů TJ a SK, problematice je věnována samostatná kapitola. [10]

#### 4. 1. 1 Tradiční zdroje financování tělovýchovných, tělocvičných jednot a sportovních klubů v ČR z hlavních činností :

##### *Členské příspěvky*

V českých TJ se využívá tradičně. Příspěvky členů lze členit na tři základní skupiny tzv.:

- Zápisné, platilo se pouze jedenkrát při vstupu nového člena do tělovýchovné jednoty resp. sportovního klubu, je to vlastně poplatek za evidenci,
- členské příspěvky, platily se jedenkrát ročně,
- oddílové příspěvky, platit se mohou jedenkrát měsíčně, často se platí jedenkrát ročně, slouží čistě k financování činnosti oddílu, tzn. účasti na sportovních soutěžích.

Stanovení výše členských příspěvků určuje a schvaluje valná hromada. Musí být uvedeno jakým způsobem je to provedeno. Rozdíl je ve výši příspěvků jednak mezi jednotlivými zastřešujícími organizacemi (ČSTV, ČASPV, Sokol, Sdružení technických sportů apod.) a dále podle jednotlivých sportovních odvětví (jsou-li více nebo méně finančně náročné). Výrazné diference jsou i mezi jednotlivými regiony. Ale dá se konstatovat, že nejvyšší příspěvky jsou v pražských sportovních oddílech, pak ve velkých městech a nejnižší na vesnicích. Velice často se vyskytují členové, kteří již aktivně nesportují, ale stále jsou členy a příspěvky platí. V jednotách se pro ně stanovují výjimky,



většinou pokud jsou staří tak platí menší příspěvky, ale také mohou platit vyšší, přihlíží-li se k jejich výši příjmu. Ve statistice členů jsou vedeni jako pasivní členové.

- Problém zápisného je poněkud jiný, v minulosti se používal pouze u některých sportovních odvětví jako např. u tenisu, golfu. Důvodem bylo:
- limitování počtu členů (tuto funkci dnes může plnit v českých podmínkách u golfu, kde zápisné činí až několik set tisíc Kč.),
- financování údržby náročnějších zařízení (např. u antukových tenisových dvorců).

- ***Dary***

Členové klubu, TJ anebo další příznivci dávají dary klubu, ale bez nároku na protislužbu. Často to jsou dlouholetí členové, kteří mají hluboký osobní vztah k TJ. V našich podmínkách to bylo a existuje především v Sokole. Dary mohou mít formu peněžní i nepeněžní. V sokolských jednotách to bývaly pozemky, knihy, včetně celých osobních knihoven apod. Ve znovu obnoveném Sokole se to opět objevuje a nejčastěji to bývá od starých členů i formou závětí. Nadace a nadační fondy poskytují dary. Tyto formy příjmů začínají naše TJ a SK využívat až v současnosti. Více se prý využívají nadační fondy. V Německu tyto formy existují a sdružují se tam bohatí členové klubu, většinou drobní živnostníci, podnikatelé a majitelé obchodů. Nadaci nebo nadačnímu fondu poskytují peněžní dary a z vytvořeného fondu pak představenstvo přiděluje peníze sportovnímu klubu na jednotlivé účely.

- ***Příspěvek od zastřešující sportovní organizace***

V ČR je oproti Evropě ta zvláštnost, že zastřešující organizace jako je ČSTV, Sokol, ČASPV atd. jsou spoluvlastníci loterijní společnosti SAZKA a. s.. Díky tomu disponují vlastním finančním zdrojem nezávislým na jiných subjektech. To umožňuje následně poskytovat příspěvky nižším článkům jednak na hlavní činnosti včetně placení administrativního aparátu, jednak na údržbu a provoz sportovních a tělovýchovných zařízení. Příspěvky na činnost přicházejí až do sportovních oddílů po svazové linii. Příspěvky na provoz a údržbu sportovních zařízení naopak po tzv. územní linii nebo-li přímo do TJ.

- ***Dotace od státu***

Vždy se jedná o účelovou dotaci, v současnosti realizovanou přes 8 vypsanych vládních programů státní podpory sportu. Přímo TJ se týká část z programů věnovaných investicím většinou do sportovních zařízení a částečného krytí nákladů na provoz a údržbu sportovních zařízení. Při

poskytnutí se vždy vyžaduje spoluúčast žadatele.

- ***Vstupné na sportovní akce***

Jedná se nejen o jeden z tradičních peněžních zdrojů, které české TJ a SK využívají. V našich poměrech je významným příjmem především u ledního hokeje, kopané, již méně u házené, volejbalu, basketbalu. Oproti tomu pro motoristické kluby, které pořádají divácky atraktivní motoristické soutěže s návštěvností až několik desítek tisíc diváků, se jedná o velmi významný příjmový zdroj. Výše ceny vstupenek je vždy závislá na úrovni soutěže jaká se hraje. Protože vstupné podléhá zdanění je pro malé vesnické kluby vhodné využívat principu dobrovolného vstupného a tím se dostávají do kategorie darů, kde pro ně existuje možnost daňového osvobození.

- ***Startovné***

Využívá se především v individuálních sportech nebo na několikadenních turnajích, kterých se zúčastňuje několik družstev. Tento peněžní příjem slouží organizátorovi k pokrytí nákladů spojených s pořádáním sportovní akce.[10]

#### **4. 2. 2 Zdroje financování z doplňkových činností**

U TJ a SK jako neziskových organizací existuje problém jasného kritéria, které nám určí co lze zahrnout mezi doplňkové činnosti klubu, které jsou jednoznačně zdaňovány a co nikoliv. Z těchto důvodů je pro o. s. důležité, co mají ve stanovách vyjmenováno mezi hlavními činnostmi. V českém sportovním prostředí hrál tento zdroj příjmů vždy významnou roli a dovozoval sportovním organizacím značnou nezávislost na státních orgánech. Již od dob založení Sokola se sportovní hnutí v českých zemích vyvíjelo jako silně autonomní systém, který byl nezávislý na státní podpoře.

- ***Sponzorské příspěvky***

Tímto způsobem získává klub účelové peníze na soutěž, tréninkový tábor na ceny apod. od sponzora, který naopak očekává určitou protislužbu. Nejčastěji to bývají:

- Loga na klubových dresech,
- Loga na vstupních branách, mantinelech, hrazení apod.,
- Reklama na klubových novinách na webových stránkách klubu apod.
- Velmi často bývá využívána firmami nefinanční forma. Firma zaplatí klubové oblečení prvnímu družstvu s logem firmy nebo výstroj, nářadí a náčiní označené firemním znakem.

Velmi často se sponzorování využívá při pořádání sportovních akcí, kde musí být sponzor náležitě prezentován. Opět je to nejčastěji nefinanční plnění s tím, že sponzor zaplatí přímo dodavateli služby. V českých podmínkách je tato forma získávání peněz jednoznačně považována za reklamu a jako taková je u občanských sdružení považována finančními úřady za zprostředkování reklamy a je nutno ji zahrnout do doplňkové činnosti, která je plně zdaňována. V současné české praxi se vyskytují sponzorské smlouvy a smlouvy o reklamě. Praktici často v TJ považují sponzorské smlouvy za darovací. Ale jak již bylo výše řečeno u darů, v případě, že se u tzv. sponzorské smlouvy vyžaduje protislužba, pak se jednoznačně jedná o reklamu. Příjem z takové smlouvy pak patří mezi doplňkové příjmy z vedlejší činnosti.

- ***Drobné klubové suvenýry, upomínkové předměty se symbolikou klubu***

V českých podmínkách je tato komerční aktivita hospodářsky zajímavá jen u nejpobulárnějších sportů a klubů v kopané a ledním hokeji. Komerční úspěch je opět založen na dlouholeté tradici a úrovni soutěže jakou klubové družstvo hraje. Hojně se využívá při pořádání sportovních akcí jako jsou mistrovství světa a Evropy. Zde je však pořadatelem zpravidla sportovní svaz, který tyto příjmy získává.

- ***Nájemné z klubových sportovních zařízení***

Typické zejména pro Českou republiku, ve které jsou 2/3 všech sportovních zařízení v majetku TJ a SK. Daňové problémy s tím spojené většina větších TJ řeší založením obchodní společnosti, které je pověřena spravováním tohoto zařízení.

- ***Výpůjčky od členů klubu***

Ve fungování českých a moravských TJ a SK to není často využívaná forma, ale tato možnost zde existuje. V minulosti se využívala. V obnovených sokolských jednotách se vyskytuje jako forma určité solidarity, kdy si jednoty navzájem půjčují peníze. Je to projev solidarity mezi jednotami patřícími do jedné zastřešující organizace. Vyžaduje to však takové právní ošetření majetku jednoty, aby ten nemohl být nikdy zcizen privátní osobou. Půjčky a výpůjčky se většinou týkají investičních akcí spojených s rekonstrukcí získaných sokoloven v restitucích, např. topení, nová střecha apod. O sokolských jednotách je známo, že jsou většinou velmi úsporné ve svých činnostech, tak jim

zbývají často značné zůstatky na účtech a při nízkém úročení vkladů bankami a naopak vysokému úročení bankovních půjček je tato výpomoc a svépomoc značným přínosem pro TJ. [10]

### 4. 3 Sponzoring

Sponzoring představuje významný specifický prostředek k zabezpečení dodatečných finančních zdrojů sloužících k naplnění cílů a realizaci všech aktivit sportovních organizací, spolků a klubů, ale také jednotlivců, kteří usilují o získání finančních prostředků pro svoji rozsáhlou činnost.

#### **Charakteristické formy sponzoringu :**

- *sponzorování jednotlivých sportovců* – forma nejvíce rozšířena ve vrcholovém sportu,
- *sponzorování sportovních týmů* – tato forma sponzoringu přešla z vrcholového sportu do sportu výkonnostního a také do sportu pro všechny,
- *sponzorování sportovních akcí,*
- *sponzorování sportovních klubů.*

Sponzoring znamená partnerský vztah mezi hospodářstvím (podnikem, jednotlivcem) na jedné straně a sportem na straně druhé, při vzájemném respektování zájmů obou stran, je specifickou formou partnerství mezi sponzorem a sponzorovaným, kde každý dosáhne svých cílů pomocí druhého. [6]

### 4. 4 Reklama

Reklama je placená forma neosobní prezentace výrobků, služeb nebo myšlenek subjektu, instituce nebo organizace prostřednictvím komunikačních medií. [7]

#### **4. 4. 1 Reklama ve sportu**

Pojem sportovní reklama je jednak vztahován k reklamě se sportovními motivy, jednak jde o reklamu, která využívá specifických médií komunikace v oblasti sportu. [7]

Reklama se stává v životě jednotlivých subjektů naší tělovýchovy a sportu (sportovní svazy, kluby, tělovýchovné organizace) stále důležitějším faktorem jejich ekonomické činnosti. Příjmy z reklam tvoří velmi významnou a nezanedbatelnou položku všech příjmů sportovních organizací. Zejména

ty, které jsou vybaveny právní subjektivitou, berou sportovní reklamu, v souvislosti se sponzorskými vztahy, jako svůj protivýkon nabízený sponzorovi ze smluvně dohodnutých finančních a dalších podmínek. [7]

Sportovní reklama, ve svém nejužším pojetí, je reklamou využívající specifických komunikačních médií z oblasti sportu. Existuje řada forem či druhů sportovní reklamy. Neustálý růst cen za sportovní reklamu je pravděpodobně nejpřesvědčivějším důkazem toho, že se sport stává stále významnějším nástrojem podpory prodeje a marketingová pracovníci jsou si vědomi růstu významu sportovní reklamy při propagaci svých výrobků a služeb [6]

#### **4. 4. 2 Umístění reklamy**

##### *1. Reklama na dresech a sportovních oděvech*

Seznamujeme potencionální zákazníky s novou firmou, výrobkem či službou nebo usilujeme o zvýšení povědomí a informovanosti o nich mezi veřejností. Tato funkce je totožná pro všechny druhy sportovní reklamy. Výhodou je způsob prezentace, při každém vystoupení na veřejnosti.

##### *2. Reklama na sportovním nářadí*

Výrobce využívá divákova podvědomého nebo i vědomého spojování úspěchů sportovců a jejich náčiním a nářadím. Příkladem jsou lyže, tenisové rakety, sportovní obuv, oblečení.

##### *3. Reklama na sportovních tabulích a ukazatelích*

Tuto formu prezentace využívají často výrobci těchto zařízení. Na moderních výsledkových tabulích je možná prezentace pomocí animovaných reklamních spotů.

##### *4. Reklama na vstupenkách, plakátech se sportovním programem, s fotografiemi sportovců*

Častá a velmi účinná forma propagace sponzora, která umožňuje působení na širokou veřejnost.

##### *5. Reklama na propagačním materiálu (plakáty, transparenty, builletiny, ročenky, apod.)*

Forma reklamy, která účinně pomáhá zájemci o reklamu (podnik, firma) vstoupit do podvědomí širokého okruhu potencionální zákazníků a seznámit je s podnikem a jeho výrobky.

##### *6. Reklama na videozáznamech, fotografiích, apod.*

Využití videozáznamu, šotů za sportovních utkání či ze života klubu a jeho sportovců k propagaci sponzora, je velmi účinné.

### *7. Reklama na billboardech, videotabulích, poutačích*

Možnost dalšího časového působení zboží či služeb.

### *8. Internet*

Využití moderní výpočetní techniky zasáhlo plnou měrou i sportovní reklamu. Její účinnost lze odvodit od návštěvnosti jednotlivých serverů uživateli internetu.

### *9. Televizní přenos, média*

Nejdražší, co se reklamy týče a přitom nejvyhledávanější jsou televizní přenosy, ale svoji důležitou roli hraje také rozhlas a tisk ať celostátní či regionální. [5]

## 5. 1 Historie klubu

Házená má v Kunovicích již dlouholetou tradici. Tato sportovní hra zde vznikla v roce 1944 pod názvem TJ Let Kunovice. Po celou dobu je házená sportem číslo 1. Vždyť tímto, v házené, velmi známým klubem, prošlo několik reprezentačních hráček, hráček hrající v nejvyšší ligoové soutěži, a také dalších jmen, které byly nesmazatelně vryty do házenkářské historie. Dlouholetý trenér, Alfons Balzar, který v Kunovicích působil spoutu let, vychoval velké množství úspěšných sportovkyň, kdy za zmínku stojí určitě jména jako – paní Volková, Burešová – Sklenářová, Škvařilová – Botlíková, Pavlicová a Kolářová, které získali titul „Mistryně sportu“. To jsem ale opravdu zabrousila do minulosti.

Házenkářský oddíl SHK – Kunovice, vznikl spojením klubů HC ITS Uh. Hradiště a TJ Kunovice.

HC ITS Uh. Hradiště byl mladičský klub, jehož založení se datuje k roku 1997. Tehdy napadla, dnes již velmi uznávaného a velmi kvalitního trenéra Antonína Střelce, myšlenka založit házenkářský oddíl na půdě, pro házenkářské pole působnosti naprosto neznámé, Uh. Hradiště. A že to byla velmi dobrá volba potvrdil fakt, že děvčata z tohoto královského města se stala na dlouhou postrachem absolutní špičky na házenkářském nebi ve všech kategoriích a úspěchy se jen hrnuly. Postupně vznikala uhersko-hradišťském klubu družstva dalších kategorií a dnes pyramida družstva začíná od minižákyn, přes mladší a starší žákyně, mladší dorost a ženy. Roky plynuly, a časem se přišlo na to, že ani jeden z těchto klubů, není schopen fungovat jako samostatná jednotka, a to ze spousty důvodů, které budu koneckonců rozebírat a zabývat se jimi v části praktické. Toto spojení se uskutečnilo v roce 2005. Tento rok se stal pro oba kluby, teď již působícím pod stejným jménem zřejmě rokem zlomovým. Děvčatům stačil jeden rok na vzájemnou spolupráci a souhru. Již prvním rokem nástupu do ženské kategorie bojovaly v druhé nejvyšší lize o stupně nejvyšší, které si také na konci sezony 2005/2006 obhájily a postoupily do ligy nejvyšší. I tady se zuby nehty držely, ale mocnost větších klubů převládla. Sezona 2006/2007 skončila sestupem z ligy ovšem, ne jak tomu bývá o ligu níže, nýbrž o dvě ligy a tento rok se stává pro házenou v Kunovicích velmi zlomovým bodem. Poslední článek osvětlující tuto sezonu vkládám do příloh, a pro seznámení jaké neštěstí tento klub potkalo, co se týče kvality házené týkající se tak velkého sestupu najdeme v tam.

Viz Příloha č. 1

Tímto ale samozřejmě příběh klubu s tak velkým jménem nekončí.

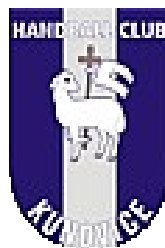
## 5. 2 Specifika klubu

SHK – Kunovice

Panská 9

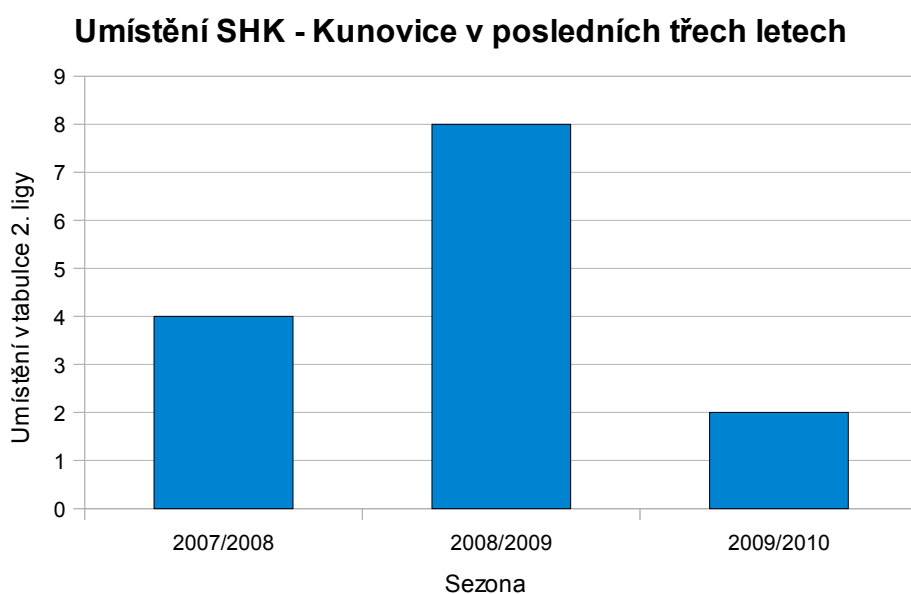
Kunovice

686 04



Zdroj: [www.chf.cz](http://www.chf.cz)

### 5. 2. 1 Úspěchy klubu



*Graf 5. 1: Úspěchy klubu*

V předchozí kapitole, jsem představila stručnou historii klubu a nyní bych chtěla poukázat na úspěchy klubu v posledních třech letech, negativa a pozitiva předchozí sezony a příčiny velkých změn.

Jak již jsem zmínila, situace klubu nebyla po pádu klubu z nejvyšší soutěže vůbec příznivá. Tento házenkářský oddíl se potýkal dlouhodobě s velmi špatnou finanční situací. Dalším důvodem byl také následný odchod hráček, které již dlouhou dobu působily v reprezentaci. Možnost jít hrát do nejvyšší české ligy byla, nabídkou, která se neodmítá. A tak za zmínku jistě stojí jména jako Helena Štěrbová, nejlepší hráčka interligy pro letošní rok a také jedna z opor reprezentace, která kývla na



velmi lákavou nabídku z Veselí nad Moravou, dále pak Kristýna Salčáková, také reprezentační hráčka, směřující hájit barvy do „města obuvi“, a Dominika Selucká, již hráčka olomoucké házené.

Co se týče posledních třech roků, klub v sezoně 2006/2007 zaujímal pozici tak nějak vprostřed tabulky. Situace z předchozího roku natolik ovlivnila další spád, že odešel i trenér Antonín Střelec, který v klubu dlouho působil. Poznamenal to také odchod, popř. ukončení kariéry některých hráček a situaci následný krok byla téměř kritická, což vyčteme i grafu, kdy se hazenkářský ženský oddíl nácházel skoro na dně tabulky. Motivace v klubu se snižovala, což bylo velkým trnem pro kunovskou házenou.

A jak se říká, štěstí přišlo v pravou chvíli. Příchod nové trenérky Věry Tománkové, klub na tolik pozvedl, že se dokázal odprostit od dna tabulky a stoupat natolik, že soupeřil o příčky nejvyšší, kdy skoro dokázal druholigovou bránu překročit.

### **5. 3 Management klubu**

**Prezident klubu :** Renata Burd'áková

**Valná hromada :** Renata Burd'áková

Růžena Tvrdoňová

Pavla Omelková

Petr Hrabal

Eva Kohutičová

**Kontrolní a revizní komise :** Vladimír Salčák

Ivo Hřibňák

Pavel Hrančík

Házenkářský klub SHK – Kunovice je občanské sdružení. Co se týče organizační struktury, řídí se klub schématem uvedeným v kapitole 3. 3 viz obr. 3.3.

Valná hromada tohoto klubu se schází jednou za měsíc. Schůze se koná za přítomnosti kompletního

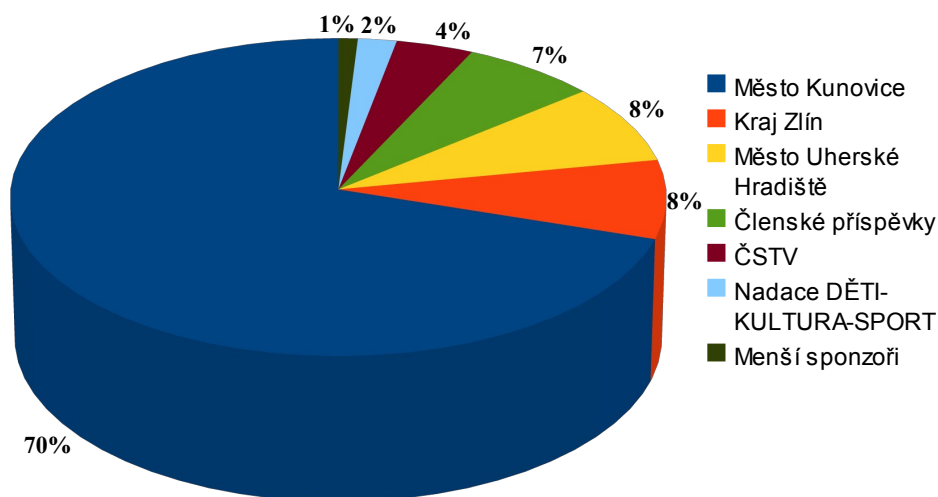
managementu klubu, 5–ti členné valné hromady. Řeší zde především činnost klubu, správné fungování klubu, blíží se sportovní akce, finanční situace, hráčky a jejich přestupy, mistrovská utkání, možnosti účasti na pořádaných turnajích, i v případě zkoumaného klubu, pořádání mezinárodního turnaje ITS Cup, který se již letos konal 12-tým rokem.

Kontrolní a revizní komise dohlíží na účetní a finanční operace klubu, na stav hospodaření s penězi a majetkem. V tomto klubu mají nejen tyto funkce, ale jsou prezidentkou klubu, z důvodu trenérských kvalit, určení k přednášení nových trenérských metod a cenných rad a k učení novinkám v tréninkových jednotkách a také ke zkvalitňování tréninkových jednotek

#### 5. 4 Sponzorování házenkářského klubu

Finance jsou nezbytnou součástí klubu SHK-Kunovice. Jednou z nejdůležitějších funkcí ke správnému fungování klubu je bezpodmínečně získávání finančních prostředků.

**Celkové zdroje financování zkoumaného klubu**



*Graf 5. 2 Zdroje financování*

Největším sponzorem SHK-Kunovice je město Kunovice. Házená ke Kunovicím neodmyslitelně

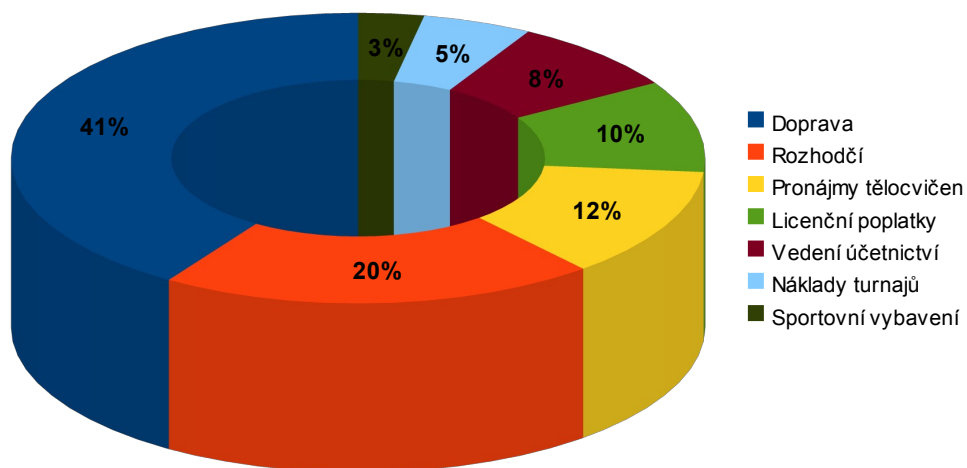
patří. Pro rok 2010 obdrželo občanské sdružení SHK-Kunovice 2,1 mil. Kč.

Dalšími sponzory, kteří přispívají na chod klubu, jsou město Uherské Hradiště a Kraj Zlín. Dotace od kraje smí čerpat pouze občanská sdružení. Od zlínského kraje obdrželo občanské sdružení SHK-Kunovice 1,7 mil. Kč. Od města Uh. Hradiště obdržel klub, občanské sdružení, částku ve výši 1,6 mil. Kč.

Členské příspěvky se vybírají jednou ročně. Vybírá se v případě ženské kategorie 600 Kč, u nižších kategorií je to 1000 Kč. Z důvodu nemalé částky je možno rozčlenit tyto platby do dvou období. Příspěvky slouží pro pokrytí určité části nákladů klubu.

Dalšími, poněkud menšími sponzory jsou Nadace DĚTI – KULTURA – SPORT, ČSTV a další menší sponzoři, kde za zmínku stojí jistě EVPÚ defens, s. r. o. Od EVPÚ podle obdržel klub částku 5200 Kč jako příspěvek na zaplacení dresů. V případě menších sponzorů se jedná o částky menší, které jsou samořejmě klubu také velkou pomocí.

#### **Celkové výdaje zkoumaného klubu**



*Graf 5. 3: Celkové výdaje*

Graf 5. 3 jsem sestavila pro ilustraci ze získaných informací. Pro představu, kam nejvíce plynou peníze, na kterou činnost se peníze nejvíce vydávají.

V ekonomické směrnici, na kterou se odkazují, viz příloha č. 2, nalezneme údaje spojené s poskytováním odměn a příspěvků na úhradu cestovního, s odměnami při soutěžních utkáních, při utkání reprezentačních družstev, výplaty odměn, stravování a stravné ubytování atd.

## **5. 5 Rozpočet klubu**

Ze zjištěných informací vyplynulo, a tak mi také bylo řečeno, že klub bohužel nemá v počátku rozpočet na rok či sezonu. Všechno se vyvíjí až v průběhu sezóny. Tzn., že klub každoročně první tři měsíce v roce čerpá z našetřených peněz. Tedy už je dopředu na financování části sezony takovým způsobem známo, že je připraven. Bohužel se nedaří získat sponzory větší, stálejší a tak příliv peněz je vždy nejasný a doba, kdy peníze přijdou neurčitá, v průběhu měsíce března to bývá skoro pravidlem.

## **5. 6 Reklama**

Reklamní činnosti klub příliš nevyužívá. Co se týče reklamy, nakupují sponzoři například dresy za umístění loga, stejně tak jako míče za činnost v ČSH, kterého je prezidentka členem. Protislužbou nejsou peníze, ale pouze zviditelnění loga na plakátech, proto se nejedná o velké reklamy, pouze propagaci firmy případě hrajících se utkání na domácí půdě.

Jelikož jsem nezjistila žádné ocenění prostor pro reklamy z klubu, kterých klub ani nevyužívá, přikládám do příloh a záveň se tímto odkazuji Směrnici pro uplatněních vysílacích a reklamních, ve kterých jsou zaznamenány veškeré možnosti umístění a ceny prostor možných k využívání pro reklamu. Viz příloha č.3.

## 5. 7 Swot analýza házenkářského klubu

| Interní faktory   | Externí faktory   |
|---|---|
| <i>Silné stránky (W)</i>  | <i>Příležitosti (O)</i>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>➤ regionální klub s dlouholetou tradicí</li><li>➤ spolupráce s okolními kluby</li><li>➤ soudržnost vedení</li><li>➤ spolupráce s rodiči</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>➤ šikovná mládež</li><li>➤ obsazení managementu kvalifikovanými pracovníky</li><li>➤ výchova mládeže pro reprezentaci</li></ul> |
| <i>Slabé stránky (S)</i>  | <i>Hrozby (T)</i>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>➤ úbytek dětí</li><li>➤ financování klubu</li><li>➤ počet sportovních zařízení</li><li>➤ technický stav sportovní haly</li></ul>                  | <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Vznik nových sportů</li><li>➤ přílišný odchod hráček</li><li>➤ úbytek financí</li><li>➤ odliv trenérů</li></ul>               |

Tabulka 5. 1: Zdroj vlastní

## 5. 8 Shrnutí vlastního výzkumného šetření

Silnou stránkou házenkářského klubu SHK-Kunovice je především dlouhodobá tradice a dobré jméno v tomto sportu. Jak jsem již zmiňovala v části historie zkoumaného klubu. Bezpochyby tedy můžeme řadit dobré jméno a vůbec výchovu reprezentačních hráček a celou řadu osob na poli sportovním. Dalším, velmi důležitým faktorem řadícím se mezi silné stránky klubu, je soudržnost vedení, od čehož se odvíjí spousta činností v klubu. Spolupráce s rodiči je důležitým faktorem pro klub, protože spousta sportovních oddílů si na nich právě zakládá. Spolupráce s rodiči, jejich podpora vůči dětem a klubu je nenahraditelná. V neposlední řadě nesmíme zapomenout zmínit spolupráci s okolními kluby. V takto fungující struktuře sportovních oddílů se potom snáze spolupracuje, kluby si vycházejí vstříc, podílejí se společně na pořádání turnajů, jsou si nápomocni při absencích a ve spoustě jiných činnostech.

Slabou stránkou, v dnešní době elektroniky hodně zmiňovanou, je jistě úbytek dětí hlásících se ke

sportu. Děti bohužel leniví a ztrácí zájem o sportovní aktivity. Nemají žádné zájmy, žádnou motivaci a zkrátka sport v dnešní době u mládeže příliš nevítězí.

Dále slabou stránkou je také počet sportovních zařízení. Tak třeba na město Kunovice má pouze jednu víceúčelovou halu, o kterou se v zimním období dělí hned několik sportů jako například florbal, fotbal, softbal, házená. Je také využívána základní školou a pořádají se zde různé plesy. Proto bych tímto navázala na další slabou stránku, kterou je technický stav haly. A financování, jako slabá stránka, je v dnešní době bohužel celosvětový problém.

Mezi příležitostmi můžeme zařadit obsazení pozic managementu klubu kvalifikovanými pracovníky, příliv odborníků a očekávání nastoupení do vedoucích pozic z řad bývalých hráček. Další příležitosti můžeme vidět ve výchově mládeže a zájem o tento druh sportu.

Co se týče hrozeb, největší nebezpečí v současné době představují finance. Nedostatek financí je celosvětově známým problémem. Další hrozbou je narůstání nových druhů sportů, což samozřejmě ovlivňuje počet zájemců o házenou a také jiné sporty s dlouhodobou tradicí. Ovšem největší hrozbou pro klub je přílišný odchod hráček a odliv trenérů.

## 5. 9 Standardizovaný rozhovor se sportovní manažerkou

### 1. Jaké jsou podle Vás nejdůležitější činnosti sportovního manažera?

„Jedním z hlavních úkolů sportovního manažera je zabezpečit organizační trénink, finančně pokrýt potřeby klubu, vést jednání se sponzory, zabezpečovat publicitu a mnoho dalších záležitostí, které by jinak zatěžovaly sportovce (závodníka) a odrážely jeho pozornost od jeho hlavní náplně, tedy od sportovního tréninku a sportovního výkonu.“

### 2. Jakými nejvýznamnějšími vlastnostmi a schopnostmi by měl disponovat sportovní manažer?

„Nejdůležitější rolí sportovního manažera je oprostít dokonalým způsobem své svěření od starostí běžného života, tak aby se mohli plně soustředit na sportovní výkon. Sportovní manažer musí také věřit ve schopnosti sportovce a sportovec musí naopak důvěřovat radám a praktickým pokynům sportovního manažera.

Práce manažera je hodně podobná práci trenéra, profese se navzájem nevylučují. Spolupráce trenéra a manažera například při hledání vhodného hráče je základním předpokladem úspěšnosti případného transferu.

Důležité je, aby sportovní manažer uměl ze své řídicí funkce řešit typické úkoly, jako jsou například plánování organizování, vyhledávání a rozmisťování pracovníků, jejich vedení a kontrola.“

### 3. Který styl vedení ve své manažerské praxi upřednostňujete? Jste s tímto stylem spokojená? Funguje při Vaší práci?

„Upřednostňuji rozhodně styl demokratický. Náš klub pod mým vedením funguje již 11-tým rokem, takže si myslím, že při mé práci funguje a jsem s ním spokojená.“

### 4. Jaké jsou Vaše poznatky ze spolupráce se sponzory?

„Vzhledem k našemu regionu je spolupráce nelehká. Musíme se o ně dělit hned s několika sporty a sportovními oddíly, jako např. fotbal, florbal, hokej, házená v jiných městech... Jde také o to, že házená jako sportovní odvětví není tak populární, ať už mezi mládeží či dospělými.“

### 5. Je vysokoškolské vzdělání důležité pro výkon profese sportovního manažera?

„Pro sportovního manažera je důležité každé vzdělání. Musí mít také poněkud odlišnou

inteligenci, než která je nutná pro dané odvětví. Musí se naučit vytrvale analyzovat, třídit zkušenosti a učinit včasné rozhodnutí o tom, čeho chce v manažerské praxi dosáhnout.“

**6. Jaké vidíte současné možnosti uplatnění absolventa studijního oboru „Sportovní management“?**

„Uplatnění absolventa je především v profesionálních sportovních klubech. V amatérských, kde se o vše starají další lidé až po skončení svého zaměstnání si toto nedovedu představit. Možná radou od sportovního manažera.“

**7. V čem vidíte největší problémy současného sportovního managementu v ČR?**

„Role sportovního manažera se v ČR neustále vyvíjí. Efektivní fungování organizace a předem stanovených cílů vyžaduje od manažera jako profesionálního odborníka, zvládnutí komplexu náročných úkolů. A sportovní oddíly si musí na manažery ještě zvyknout. Tím jsou opět myšleny oddíly amatérské či na vyšší než ligové nebo reprezentační úrovni. Důležitý je manažer jako vedoucí družstev i jednotlivců ve vyšších soutěžích, speciální vyškolení pro sportovní akce jako MS, ME, OH...“

**8. S jakým největším problémem se potýkáte Vy ve své práci?**

„Největší problém je získávat sponzory pro náš klub, a pak třeba dobrovolníky na pořádání akcí, turnajů z řad rodičů hráček, či přátel házené. Dále je to např. získávání mých trenérů či vedoucích družstev.“

**9. Jak se Vám daří získávat sponzory?**

„Hlavními sponzory jsou město Uh. Hradiště, město Kunovice, ČSTV nebo Zlínský kraj, Nadace děti-kultura-sport. Daří se nám získávat dále spíše malé sponzory na potřeby pro hráčky či trenéry: např. k zakoupení míčů, dresů, branek atd.“

**10. Máte stanovené cíle pro Váš klub?**

Ano, máme. Cílem je především výchova mládeže. Neustále vychovávat děti a vést k tomuto sport. Dále pak bych si přála udržet kategorie do mladšího dorostu. A v neposlední řadě, a to mým přáním největším, je v případě financí a ochoty klubu sloučit mužskou házenou v Uherském Hradišti s naší ženskou v Kunovicích a udělat z nás smíšený klub s velkým jménem.



## 6 Závěr a doporučení

Svou bakalářskou práci jsem vypracovala na základě analýzy managementu mnou zvoleného házenkářského klubu. Cílem této bakalářské práce bylo zhodnotit management klubu a posoudit finanční situaci v klubu.

Teoretickou část jsem věnovala jednotlivým pojmům problematiky týkající se tématu mé bakalářské práce, které mi pak sloužily ke zpracování praktické části.

V praktické části jsem nejprve představila klub, ke kterému se práce vztahuje, jeho historii, a pak jsem postupně vylíčila problematiku managementu a financování klubu, k jejichž zjištění jsem použila metodu swot analýzy a provedla rozhovor s prezidentkou SHK - Kunovice, se kterou jsem ostatně po celou dobu zpracování na mé práci spolupracovala.

Doporučovala bych především zlepšit vedení managementu klubu, především jeho průběh, dosadit na tyto pozice kvalifikované pracovníky. Na tomto bodě spousta činností závisí, zejména ty činnosti, týkající se chodu klubu, ekonomické situace klubu. Dosadit do vedení klubu odborníky, kteří budou neustále motivováni, vedení ke zlepšení se situace v klubu, k intenzivnímu získávání sponzorů, dále pak k hledání a získávání nových kvalifikovaných trenérů, asistentů a dalších pracovníků do managementu klubu.

Získané zkušenosti z dvoutýdenní praxe, komunikace s vedením a osvětlení si problémů celého klubu, mi přinesly neocenitelné poznatky v oblasti managementu a především jeho fungování v praxi. Domnívám se, že stanovených cílů se mi podařilo dosáhnout. Jsem nesmírně ráda a vděčná za to, že jsem se mohla jsem dozvědět takové množství informací a načerpat nových zkušeností týkajících se managementu, které, a v to věřím, budu i já někdy moci využít v praxi.

Věřím, že se klubu podaří dosáhnout cílů, které mají stanoveny, že jim vyjdou přání, které by hodně věcí ulehčily, a jak vyplynulo z metody swot analýzy, ráda bych se stala někdy v budoucnu součástí svého mateřského klubu a byla nápomocna klubu při řízení managementu a získávání prostředků pro hladký chod toho házenkářského celku.

## Seznam použité literatury

- [1] BĚLOHLÁVEK, F., KOŠTAN, P., ŠULEŘ, O. : *Management*. 1. vydání Olomouc : Rubico, 2001, 23 s. ISBN 80-85839-45-8
- [2] ČÁSLAVOVÁ, E.: *Management sportu*. 1. vyd. Praha: East West publishing, 2000, 172 s. ISBN 80-7219-010-5
- [3] ČÁSLAVOVÁ, E.: *Management v tělesné výchově a sportu*. dotisk 2. vyd. Praha: Karolinum, 2004, 51 s. ISBN 80-246-0050-1
- [4] DONNELLY, J. H. JR, GIBSON, J. L., IVANCEVICH, J. M.: *MANAGEMENT*. 1. VYD. PRAHA: GRADA, 1997, 824 S. ISBN 80-7169-422-3
- [5] DURDOVÁ, I. SOCIÁLNĚ-EKONOMICKÉ ASPEKTY SPORTU. 1.VYD. OSTRAVA:REPRONIS,2004. 86 S. ISBN 80-7329-075-8.
- [6] DURDOVÁ, I.: *Sportovní management*. 1. vyd. Ostrava: Vysoká škola báňská - technická univerzita Ostrava, 2002, 122 s. ISBN 80-248-0130-2
- [7] DURDOVÁ, IRENA. ZÁKLADNÍ ASPEKTY MARKETINGU VE SPORTU. 1.VYD.OSTRAVA:VŠB-TUO, 2009. 88S. ISBN 978-80-248-0827-7
- [8] HOBZA, V., REKTOŘÍK, J. a kol.: *Základy ekonomie sportu*. 1. vyd. Praha: Ekopress, s r.o., 2006, 191 s. ISBN 80-86929-04-3 u organizace sportu
- [9] KOONTZ, H., WEIHRICH, H.: *Management*. 10. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1993, 659 s. ISBN 80-85605-45-7
- [10] NOVOTNÝ, J.: *Ekonomika sportu*. 1. vyd. Praha: ISV nakladatelství, 2000, 263 s. ISBN 80-85866-68-4
- [11] POŠVÁŘ, Z., ERBES, J.: *Management I*. dotisk 1. vyd. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, 2004, 156 s. ISBN 80-7157-633-6
- [12] SLUKA, T. *PROFESIONÁLNÍ SPORTOVEC (PRÁVNÍ A EKONOMICKÉ ASPEKTY)*. 1.VYD. PRAHA: HAVLÍČEK BRAIN TEAM, 2007. 199S. ISBN 80-903609-5-5
- [13] TŮMA, M., TKADLEC, J., *Házená*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, spol. s.r.o., 2002. 95 s. ISBN 80-247-0219-3
- [14] VODÁČEK, L., VODÁČKOVÁ, O. : *Management - Teorie a praxe 80. a 90. let*. 1. vydání Praha : Management Press, 1994, 15 s. ISBN 80-85603-55-1
- [15] ČESKÁ HÁZENKÁŘSKÁ FEDERACE, Český svaz házené. SHK-Kunovice [5-7-2010]  
*Dostupný z WWW: [www.chf.cz](http://www.chf.cz)*
- [15] ČESKÁ HÁZENKÁŘSKÁ FEDERACE, Český svaz házené. [4-7-2010] WWW: [www.chf.cz](http://www.chf.cz)

## **Seznam zkratek**

ATD - a tak dále

ČASP – česká asociace sportu pro všechny

ČSTV – český svaz tělesné výchovy

ČSH – český svaz házené

SHK – sportovní házenkářský klub

SK- sportovní klub



## ***Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce***

Prohlašuji, že

- byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo,
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně ke své vnitřní potřebě diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3),
- souhlasím s tím, že jeden výtisk diplomové (bakalářské) práce bude uložen v Ústřední knihovně VŠB-TUO k prezenčnímu nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že údaje o diplomové (bakalářské) práci, obsažené v Záznamu o závěrečné práci, umístěném v příloze mé diplomové (bakalářské) práce, budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO,
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona,
- bylo sjednáno, že užít své dílo – diplomovou (bakalářskou) práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Uherském Hradišti dne 9. 7 2010

Veronika Křeháčková

Sadová 987, Uherské Hradiště 686 05

## **Seznam obrázků a grafů**

Obr. 2. 4 Hrací plocha

Obr. 3. 1 Obecné schéma akciové společnosti

Obr. 3. 2 Obecné schéma společnosti s ručením omezeným

Obr. 3. 3 Obecné schéma občanského sdružení

Graf 5. 1 Úspěchy klubu

Graf 5. 2 Zdroje financování

Graf 5. 3 Celkové výdaje

## **Seznam tabulek**

Tabulka 2. 1 Prvky Swot analýzy

Tabulka 5. 1 Swot analýza házenkářského klubu

## **Seznam příloh**

Příloha č. 1 Důsledek velkého pádu a začátek ekonomické krize v klubu.

Příloha č. 2 Ekonomická směrnice

Příloha č. 3 Směrnice pro uplatnění vysílacích a reklamních práv

Příloha č. 4 Přestupní řád



# Příloha č. 1

## Důsledek velkého pádu a začátek ekonomické krize v klubu.

**23.07.2007**

**Kunovice** – Pouze epizodní charakter mělo účinkování házenkářek Kunovic v interlize. Po sestupu z elitní soutěže, ve které působil jednu sezonu, klub navíc čelí vážným ekonomickým problémům. "Po sestupu nás opustil generální sponzor, takže kunovická házená bojuje o holé žití," konstatoval trenér Antonín Střelec. Ekonomické důvody dokonce donutily kunovické házenkářky přihlásit se pro příští ročník až do druhé ligy. "První ligu si finančně prostě nemůžeme dovolit, i když po sportovní stránce bychom ji hravě zvládli," řekl Střelec. Rychlý pád z nejvyšší soutěže a odchod sponzora způsobil také úprk hlavních opor, takže na návrat mezi elitu už Kunovice nemyslí.

**Zdroj :[15]**

## **Příloha č. 2**

### **Ekonomická směrnice**

#### **Článek 1**

##### **Úvodní ustanovení**

1. Ekonomická směrnice upravuje poskytování odměn za výkon funkce (dále jen odměny) rozhodčího, pomocného rozhodčího, pořadatele a delegáta a to při řízení a zabezpečení utkání.
2. Ekonomická směrnice upravuje příspěvek na úhradu cestovních výdajů vynaložených zejména v souvislosti s výkonem funkce dle předchozího odstavce, v souvislosti s výkonem volené funkce v orgánech Českého svazu házené (dále jen ČSH) nebo v souvislosti s jinou činností konanou v zájmu ČSH.
3. Ekonomická směrnice upravuje sazby a limity pro vybrané náklady při akcích organizovaných ČSH.
4. Ekonomická směrnice upravuje týmové a individuální startovné v soutěžích ČSH.

### **Poskytování odměn a příspěvků na úhradu cestovních výdajů při utkáních**

#### **Článek 2**

##### **Základní ustanovení**

1. Rozhodčím, pomocným rozhodčím, delegátům, pořadatelské službě náleží podle této směrnice odměny:
  - a) v soutěžních utkáních řízených ČSH a oblastními svazy házené,
  - b) v mezistátních a ostatních utkáních reprezentačních družstev,
  - c) v nesoutěžních utkáních.
2. Pomocným rozhodčím se pro účely této směrnice rozumí zapisovatel a časoměřič.
3. Pořadatelskou službou se pro účely této směrnice rozumí hlasatel, zdravotník a hlavní pořadatel.
4. Delegátem se pro účely této směrnice rozumí vyslaný delegát řídícím orgánem soutěže.
5. Soutěžním utkáním se pro tyto účely rozumí mistrovské nebo pohárové utkání v soutěžích řízených ČSH nebo oblastními svazy házené.
6. Nesoutěžním utkáním se rozumí turnajová, přípravná nebo přátelská utkání pořádaná ČSH, oblastními svazy házené nebo kluby.
7. Oficiálním mezistátním utkáním se rozumí utkání reprezentačního družstva v oficiálních soutěžích EHF, IHF. Odměny rozhodčích v takových soutěžích se řídí ustanoveními předpisů EHF, IHF.
8. Pro potřeby této směrnice se oficiálním mezistátním utkáním rozumí turnajové, přípravné či přátelské utkání reprezentačního družstva České republiky s reprezentačním družstvem jiné federace sdružené v IHF, které jako oficiální stanoví odborný útvar Exekutivy ČSH.

9. Obdobně se vztahuje ustanovení článku 2, odst. 8 na turnajová mezistátní utkání reprezentací jiných federací navzájem při akcích (např. turnajích) pořádaných ČSH.

### **Článek 3**

#### **Odměny při soutěžních utkáních**

1. Ustanovení tohoto článku se vztahuje jak na soutěžní utkání řízené ČSH, tak na soutěžní utkání řízené oblastními svazy házené.

2. Odměny rozhodčím v soutěžních utkáních ČSH se stanovují odlišně podle úrovně soutěže:

- a) Extraliga dospělých 1 500 Kč
- b) 1. liga dospělých 1 000 Kč
- c) 2. liga dospělých 400 Kč
- d) 1 liga staršího dorostu 300 Kč
- e) 1. liga mladšího dorostu 300 Kč
- f) 2. liga staršího dorostu 200 Kč

3. Odměny delegátům v soutěžních utkáních ČSH se stanovují odlišně podle úrovně soutěže:

- a) Extraliga dospělých 800 Kč
- b) 1. liga dospělých 400 Kč
- c) Český pohár, ostatní soutěže 400 Kč

4. Odměny rozhodčím v soutěžních utkáních oblastních svazů házené se za jedno utkání stanovují ve výši:

- a) soutěže dospělých 250 Kč
- b) soutěže dorostu 200 Kč
- c) soutěže žactva 150 Kč

5. Odměny dle článku 3, odst. 4 jsou stanoveny jako maximální a je v kompetenci příslušného oblastního svazu házené stanovit odměny nižší. Přesná výše odměn pro daný soutěžní ročník musí být uvedena v Rozpisu soutěže.

6. Pokud finančně zabezpečuje soutěžní utkání ČSH, odměna pomocným rozhodčím a pořadatelské službě za jedno utkání činí nejvýše 100 Kč za osobu a utkání.

7. Pokud finančně zabezpečuje soutěžní utkání oblastní svaz házené, odměna pomocným rozhodčím a pořadatelské službě za jedno utkání činí nejvýše 80 Kč za osobu a utkání.

8. V případě, že pomocné rozhodčí a pořadatele vyplácí klub, může být výše odměny stanovena dohodou.

## **Článek 4**

### **Odměny při utkáních reprezentačních družstev**

1. Odměna rozhodčích v oficiálních mezistátních utkáních reprezentačních družstev (turnajových, přátelských, přípravných) se za jedno utkání stanovuje ve výši:
  - a) dospělí 1 000 Kč
  - b) juniorské kategorie 600 Kč
  - c) ostatní kategorie 400 Kč
2. Odměna rozhodčích v ostatních utkáních reprezentačních družstev činí 50% hodnot uvedených odst. 1.
3. Odměny pomocným rozhodčím a odměny pořadatelům se při oficiálních mezistátních utkáních stanoví ve výši 250 Kč za osobu a utkání.
4. Odměny pomocným rozhodčím a odměny pořadatelům se v ostatních utkáních reprezentace stanoví ve výši 100 Kč za osobu a utkání.
5. V případě, že pomocné rozhodčí a pořadatele vyplácí klub, může být výše odměny stanovena dohodou.

## **Článek 5**

### **Odměny při nesoutěžních utkáních**

1. Odměna rozhodčím v nesoutěžních utkáních pořádaných ČSH, resp. oblastními svazy házené náleží ve výši poloviny sazby uvedené v článku 3, odst. 2, resp. v článku 3, odst. 4.
2. V nesoutěžních utkáních pořádaných kluby lze odměnu stanovit dohodou. Nedojde-li k dohodě, potom se výše odměny rozhodčím stanoví ve výši poloviny sazby uvedené v článku 3, odst. 2, resp. v článku 3, odst. 4.
3. Odměny delegátům v nesoutěžních utkáních pořádaných ČSH se stanoví ve výši poloviny sazby uvedené v článku 3, odst. 3.
4. Odměny pomocným rozhodčím a pořadatelům v nesoutěžních utkáních pořádaných ČSH, resp. oblastními svazy házené se stanoví ve výši poloviční sazby uvedené v článku 3, odst. 6, resp. článku 3, odst. 7. V případě, že pomocné rozhodčí a pořadatele vyplácí klub, může být výše odměny stanovena dohodou.

## **Článek 6**

### **Výplata odměn**

1. Odměny rozhodčím, pomocným rozhodčím, delegátům a pořadatelům ve všech soutěžních utkáních je povinen ze svých prostředků vyplatit klub. Odměna se vyplácí v hotovosti před utkáním.

2. V případě, že se utkání nikoliv vinou rozhodčích neuskuteční a rozhodčí se k utkání dostaví řádně a včas, vyplácí se jim odměna v poloviční výši příslušné sazby.
3. Odměny rozhodčím, pomocným rozhodčím, delegátům a pořadatelům jsou z hlediska daňového příjmem podle zákona o daních z příjmů v aktuálně platném znění.
4. Výplata odměn rozhodčím, pomocným rozhodčím a delegátům se provádí nezdaněná a příjemce odměny je povinen sám provést zdanění této odměny. Taková odměna se považuje za ostatní příjem podle § 10 zákona o daních z příjmů.
5. Pořadatel je povinen vystavit pro příjemce odměny písemný doklad o vyplácené částce pokud o to příjemce odměny požádá.
6. Výplata odměn pořadatelů se provádí zdaněná a pořadatel, který odměnu vyplácí, je povinen provést zdanění této odměny. Taková odměna se považuje za ostatní příjem podle § 6 zákona o daních z příjmů.

## **Článek 7**

### **Příspěvek na úhradu cestovních výdajů**

1. Delegovaným rozhodčím a delegátům náleží příspěvek na úhradu cestovních výdajů (dále jen „příspěvek“) ve výši prokázaných jízdních výdajů hromadným dopravním prostředkem (vlakem nebo autobusem) z místa trvalého bydliště do místa konání utkání a zpět. Při použití vlaku náleží příspěvek ve výši obvyčejného jízdného 2. třídou. Povinné místenky k vlakům vyšší kvality (SC, IC, EC a NC) lze použít v případě, že vzdálenost z místa trvalého bydliště do místa konání akce je větší než 250 km.
2. Do příspěvku dle předchozího odstavce patří také prokazatelné náklady jízdného městskou hromadnou dopravou v místě bydliště i v místě konání utkání.
3. V případě, že použití hromadného dopravního prostředku není hospodárné, popř. není z časového hlediska reálné, je možné, aby rozhodčí, resp. delegát použil vlastní motorové vozidlo. Použití vlastního motorového vozidla musí být prokazatelné. Sazba za použití vlastního motorového vozidla je stanovena paušální sazbou ve výši 4 Kč za jeden kilometr jízdy.
4. Při cestě autem z jednoho místa a jedním směrem musí oba rozhodčí použít pouze jedno motorové vozidlo. V případě, že toto ustanovení není splněno, je vyplacen příspěvek pouze tomu rozhodčímu, který vykonal delší cestu.
5. Příspěvky na úhradu cestovních výdajů jsou rozhodčím, pomocným rozhodčím, delegátům a pořadatelům vypláceny pořadatelem utkání a to i v případě, že se utkání neuskuteční nikoliv z jejich viny.
6. Volbou použít k cestě silniční motorové vozidlo rozhodčí nebo delegát souhlasí a bere na vědomí, že ČSH neodpovídá za případné škody na majetku a zdraví, které by vznikly při cestě k utkání a zpět, resp. v přímé souvislosti s cestou k utkání. Rozhodčí nebo delegát, jenž k cestě použil silniční

motorové vozidlo, musí vždy na doklad o vyúčtování uvést jeho identifikační číslo a druh a svým podpisem potvrdí, že uvedené údaje jsou pravdivé.

## Finanční zabezpečení akcí ČSH

### Článek 8

#### Základní ustanovení

1. Pro účely této směrnice se rozumí akcí ČSH zejména utkání, výcvikové tábory, schůze výkonných a volených orgánů, školení, semináře, popř. jiné akce, které jsou příslušnými orgány svazu pojmenovány jako akce ČSH (dále pouze “akce”).
2. Směrnice se vztahuje pouze na akce finančně zabezpečované ČSH nebo oblastními svazy házené a na soutěžní utkání v soutěžích řízených ČSH nebo oblastními svazy házené a finančně zabezpečované oddíly (dále pouze “pořadatel”).
3. Delegovaným účastníkem akce (dále pouze “účastník akce”) je zejména zaměstnanec, rozhodčí, delegát, hráč, člen výkonného či voleného orgánu, člen realizačního týmu, účastník školení, popř. jiný účastník akce delegovaný příslušným kompetentním orgánem ČSH nebo oblastním svazem házené.
4. Pokud při akcích ČSH jsou vypláceny odměny a cestovní náhrady rozhodčím, delegátům pomocným rozhodčím a pořadatelům, použijí se ustanovení části A této směrnice.
5. Požádá-li účastník akce o poskytnutí zálohy na příspěvek na úhradu cestovních výdajů nebo na další případné náklady, které mu vzniknou v souvislosti s účastí na akci a jsou předem projednány s pořadatelem akce, je pořadatel akce povinen mu tuto zálohu poskytnout do výše předpokládaných nákladů. Toto ustanovení se netýká rozhodčích a delegátů.
6. Účastník akce je povinen předložit do deseti pracovních dnů po skončení akce její vyúčtování se všemi potřebnými doklady.

### Článek 9

#### Stravování a stravné

1. Pořadatel akce zajišťuje pro účastníky akce stravování do výše podle následujících limitů:
  - a) akce do 4 hod. (bez hlavního jídla) 50 Kč/osobu
  - b) akce do 4 hod. (včetně hlavního jídla) 100 Kč/osobu
  - c) akce od 4 hod. do 8 hod. 150 Kč/osobu
  - d) akce nad 8 hod. 250 Kč/osobu/den
2. U akcí sportovního charakteru (utkání, výcvikový tábor apod.), které trvají déle než 8 hodin, se zvyšuje limit stravování až na 350 Kč za osobu a den pro hráče a členy realizačního týmu. U akcí reprezentačních týmů se upravuje limit stravování podle rozpočtu akce schváleného Radou ČSH.

3. Tyto limity jsou stanoveny jako maximální a jejich pořadatel může pro konkrétní akce stanovit limity nižší.
4. Pokud pořadatel nemůže zajistit stravování, popř. jeho poskytování by bylo spojeno s finančními a organizačními obtížemi, je možno poskytnout náhradu ve formě příspěvku na stravné podle příslušného zákona. Výše sazby příspěvku na stravné je určována opatřením Ministerstva práce a sociálních věcí ČR, které bylo vydáno nejblíže zahájení soutěžního ročníku. Takto zjištěná sazba příspěvku je platná po celou dobu soutěžního ročníku.
5. Pokud pořadatel akce zabezpečil stravování pouze částečně, stravné se úměrně krátí (zaokrouhleno na celé koruny):
  - a) za poskytnutí snídaně 25 % celodenní částky stravného
  - b) za poskytnutí oběda 40 % celodenní částky stravného
  - c) za poskytnutí večeře 35 % celodenní částky stravného

## **Článek 10**

### **Ubytování**

1. V případě, že akce trvá déle než jeden den a účastníkovo trvalé bydliště není totožné s místem konání akce, je pořadatel povinen poskytnout účastníkovi ubytování v odpovídající kvalitě.
2. Pořadatel je povinen dodržovat zásady přiměřenosti a hospodárnosti s přihlédnutím k místním možnostem ubytování.
3. Ve výjimečných případech lze poskytnout ubytování v případě, že akce netrvá déle než jeden den a pokud to charakter akce vyžaduje. O těchto případech rozhoduje příslušný orgán ČSH nebo pořadatel soutěžního utkání v dohodě s delegovaným rozhodčím či delegátem.

## **Článek 11**

### **Příspěvek na úhradu cestovních výdajů**

1. Účastníkům akce, pokud tak rozhodne příslušný orgán ČSH nebo orgán oblastního svazu házené, náleží příspěvek na úhradu cestovních výdajů (dále jen „příspěvek“) ve výši prokázaných jízdních výdajů hromadným dopravním prostředkem (vlakem nebo autobusem) z místa trvalého bydliště do místa konání akce a zpět.
2. Při použití autobusové dálkové dopravy náleží příspěvek ve výši jízdného včetně místenky. Při použití vlaku náleží příspěvek ve výši obyčejného jízdného 2. třídou. Povinné místenky k vlakům vyšší kvality (SC, IC, EC a NC) lze použít v případě, že vzdálenost z místa trvalého bydliště do místa konání akce je větší než 250 km.
3. Do příspěvku patří také prokazatelné náklady jízdného městskou hromadnou dopravou v místě

bydliště i v místě konání akce.

4. Příslušný orgán ČSH nebo orgán oblastního svazu házené může stanovit akce, při kterých se účastník dopravuje z místa trvalého bydliště do místa akce na vlastní náklady. S tímto rozhodnutím musí být účastník akce seznámen předem.

5. V případě, že použití hromadného dopravního prostředku není hospodárné, popř. není z časového hlediska reálné, je možné, aby účastník akce použil vlastní motorové vozidlo. Použití vozidla musí být prokazatelné. Sazba za použití vlastního motorového vozidla je stanovena ve výši 4 Kč na jeden kilometr jízdy.

6. Ve sporných případech použití vlastního motorového vozidla rozhodne pořadatel akce.

7. Příspěvky na úhradu cestovních výdajů účastníkům akce jsou vypláceny pořadatelem akce a to i v případě, neuskuteční-li se akce nikoliv z jejich viny.

8. Účastník akce volbou použít k cestě silniční motorové vozidlo souhlasí a bere na vědomí, že ČSH neodpovídá za případné škody na majetku a zdraví, které by vznikly při cestě na akci a zpět, resp. v přímé souvislosti s cestou na akci. Účastník akce, jenž k cestě použil silniční motorové vozidlo, musí vždy na doklad o vyúčtování uvést jeho identifikační číslo a druh a svým podpisem potvrdí, že uvedené údaje jsou pravdivé.

## **Článek 12**

### **Odměny při pořádání akcí**

1. ČSH při plánování akce zahrnuje do rozpočtu akce i případné odměny pořadatelům akce. Odměny pořadatelům jsou stanoveny individuálně podle rozsahu a významu akce.

2. ČSH garantuje vyplacení odměny lektorům při účasti na akci v příslušné výši.

3. Poskytování odměn za přednáškovou činnost při školení a seminářích se řídí sazbami za 1 vyučovací hodinu:

a) školení licence C 400 Kč

b) školení licence B 500 Kč

c) školení licence A 600 Kč

d) tematické semináře 500 Kč

4. V případě, že přednášející není členem lektorského sboru dle příslušných pokynů vydaných Exekutivou ČSH, snižuje se příslušná sazba za vyučovací hodinu o 50%.

5. V případě, že lektor nemá živnostenské oprávnění, považuje se odměna za lektorskou činnost jako příjem podle §6 zákona o daních z příjmů a pořadatel školení provede zdanění odměny.



## Startovné v soutěžích

### Článek 13

#### Základní ustanovení

1. ČSH je oprávněn za start v soutěžích řízených ČSH požadovat po klubech, jejichž družstva startují v těchto soutěžích týmové startovné v soutěžích.
2. Oblastní svaz házené je oprávněn za start v soutěžích řízených oblastními svazy házené požadovat po klubech, jejichž družstva startují v těchto soutěžích požadovat týmové startovné v soutěžích.
3. ČSH je oprávněn za start v soutěžích řízených ČSH požadovat po klubech, jejichž hráči startují v soutěžích řízených ČSH nebo oblastními svazy házené, individuální startovné v soutěžích.

### Článek 14

#### Týmové startovné v soutěžích

1. Kluby, které přihlašují svoje družstva do soutěží, jsou spolu s přihláškou do soutěže povinny za tato družstva uhradit týmové startovné.
2. Týmové startovné v jednotlivých soutěžích řízených ČSH stanovuje Exekutiva ČSH. Při stanovení výše startovného v soutěži je povinna odlišit stupeň soutěže a věkovou kategorii soutěže.
3. Týmové startovné v jednotlivých soutěžích řízených oblastními svazy házené stanovuje Exekutiva příslušného oblastního svazu házené. Při stanovení výše startovného v soutěži je povinna odlišit stupeň soutěže a věkovou kategorii soutěže.
4. Při stanovení výše týmového startovného může řídící orgán zohlednit jiná kritéria, např. počet družstev mládeže přihlášených do soutěží řízených ČSH, resp. oblastními svazy házené, která může konečnou výši týmového startovného zvýšit nebo snížit.
5. Výnosy z týmového startovného v soutěžích řízených ČSH jsou příjmem ČSH, výnosy z týmového startovného v soutěžích řízených oblastními svazy házené jsou příjmem příslušných oblastních svazů házené.

### Článek 15

#### Individuální startovné v soutěžích

1. Kluby, které přihlašují svoje družstva do soutěží řízených ČSH nebo oblastními svazy házené, jsou povinny za každého hráče a funkcionáře klubu startujícího v soutěžích řízených ČSH a oblastními svazy házené uhradit individuální startovné v soutěžích (dále jen individuální startovné).
2. Za hráče se pro účely této směrnice považuje hráč dle příslušných předpisů ČSH. Za funkcionáře se pro účely této směrnice považují všichni registrovaní členové ČSH, kteří budou uváděni na zápisu o utkání.

3. Výši individuálního startovného stanovuje Exekutiva ČSH, přičemž musí respektovat věkové odlišnosti tak, že:

- a) členové ČSH, kterým k datu zahájení soutěžního ročníku bylo 19 let a více, platí základní individuální startovné,
- b) členové ČSH, kterým k datu zahájení soutěžního ročníku bylo 11 let a současně jim nebylo více než 19 let, platí snížené individuální startovné ve výši 50% základního individuálního startovného.
- c) členové ČSH, kterým k datu zahájení soutěžního ročníku nebylo 11 let, individuální startovné neplatí.

4. Termíny splatnosti, způsob ověřování zaplacení, způsob předání informací oddílu o zaplacení individuálního startovného stanoví Exekutiva ČSH.

5. Klub je povinen k platbě individuálního startovného přiřadit registrační číslo hráče, resp. hráčů (v případě hromadné platby).

6. Individuální startovné je z 80 % příjmem Českého svazu házené z 20 % příjmem toho oblastního svazu házené, do kterého je klub zařazen.

7. Způsob a termíny odvodu podílu oblastních svazů házené stanovuje Exekutiva ČSH.

8. Výnosy z individuálního startovného jsou určeny k financování rozvoje mládežnické házené.

Exekutiva ČSH a oblastní svazy házené jsou povinny pravidelně zveřejňovat výši získaných prostředků z individuálního startovného a účel jejich užití.

## **Článek 16**

### **Společná a závěrečná ustanovení**

- 1. Výklad této směrnice provádí Exekutiva ČSH nebo její odborný útvar.
- 2. Tato směrnice byla schválena Radou ČSH dne 8. května 2010 a nabývá účinnosti 1.7.2010.

Ing. Jaroslav Chvalný

Prezident Českého svazu házené

## **Příloha č. 3**

### **Směrnice pro uplatnění vysílacích a reklamních práv**

#### **Článek I**

##### **Základní ustanovení**

1. Směrnice o uplatňování vysílacích a reklamních práv upravuje kompetence při pořizování televizních, rozhlasových a dalších audiovizuálních přenosů a záznamů a jejich další šíření prostřednictvím televizního, rozhlasového a internetového vysílání (dále jen vysílací práva) při utkáních, která spadají do působnosti České svazu házené (dále jen ČSH).
2. Směrnice o uplatňování vysílacích a reklamních práv upravuje vzájemné vztahy klubů a ČSH v oblasti využívání reklamních ploch a dalších reklamních produktů (dále jen reklamní práva), při utkáních, která spadají do působnosti ČSH.

#### **Článek II**

##### **Působnosti**

1. V souladu se stanovami IHF jsou za oficiální utkání v působnosti IHF považovány Mistrovství světa a Olympijský turnaj. Vylučovací a kvalifikační utkání pro tyto šampionáty jsou považovány za jejich součást.
2. Dle reglementu EHF jsou za oficiální utkání v působnosti EHF považovány Mistrovství Evropy a evropské pohárové soutěže. Vylučovací a kvalifikační utkání pro tyto šampionáty jsou považovány za jejich součást.
3. V souladu s touto směrnicí jsou za oficiální utkání v působnosti ČSH považována:
  - a) veškerá utkání všech reprezentačních družstev České republiky v házené a plážové házené na území České republiky bez ohledu na pořadatele utkání s výjimkou článku II, odst. 1 a 2.
  - b) veškerá soutěžní a pohárová utkání v soutěžích řízených ČSH na území České republiky,
  - c) ostatní utkání, která se do působnosti ČSH dostala rozhodnutím orgánů IHF nebo EHF, úplatným nebo bezúplatným nabytím vysílacích nebo reklamních práv k těmto utkáním.

#### **Článek III**

##### **Vysílací práva**

1. Uplatněním vysílacích práv se rozumí zejména:
  - a) sjednání televizního, rozhlasového nebo jiného audiovizuálního přímého přenosu či záznamu včetně jeho šíření prostřednictvím televizního, rozhlasového a internetového vysílání,
  - b) další využití audiovizuálního záznamu pro vlastní či obchodní účely,
  - c) prodej vysílacích práv televizním, rozhlasovým či internetovým společností
2. Právo uplatnit vysílací práva z utkání v působnosti ČSH má Exekutiva ČSH, která tuto pravomoc může delegovat na svůj odborný útvar. Exekutiva ČSH může vysílací práva předat úplatně nebo bezúplatně třetí osobě je-li to v zájmu ČSH, např. při současném prodeji reklamních práv.
3. V rámci uplatnění vysílacích práv má řídicí orgán soutěží právo změnit termín utkání dle článku II, odst. 3 písm. b, v případě, že to přenos z takového utkání vyžaduje. Kluby jsou v takovém případě povinny změnu termínu akceptovat a pořadatelský klub je povinen vytvořit podmínky nezbytné k realizaci přenosu.
4. Právo pořizovat videozáznam z utkání dle článku II, odst. 3 písm. b pro interní instruktážní a metodické účely mají oba soupeři. Tyto videozáznamy nesmí být komerčně či jinak využity.

## **Článek IV**

### **Reklamy ve sportovních halách**

1. Při všech utkáních dle článku II, odst. 3 písm. b mohou být ve sportovních halách umístěny pevné reklamní panely nebo reklamní otočná zařízení ve dvou sledech o celkové délce 200 m a výšce 1m takto:
    - a) 40m reklamních panelů se umístí podél autové čáry proti televizním kamerám,
    - b) 20m reklamních panelů se umístí podél brankové autové čáry a za brankou po levé straně proti televizním kamerám,
    - c) 20m reklamních panelů se umístí podél brankové autové čáry a za brankou po pravé straně proti televizním kamerám,
    - d) 10m reklamních panelů se umístí podél autové čáry směrem od rohu hřiště k prostoru střídání na levé straně odvrácené od televizních kamer,
    - e) 10m reklamních panelů se umístí podél autové čáry směrem od rohu hřiště k prostoru střídání na levé straně odvrácené od televizních kamer,
- Druhým sledem se rozumí identické umístění reklamních panelů nad reklamní panely dle písm. a až e. Dále pak je možné pro umístění reklamních panelů

využít svislých nosných konstrukcí haly. Pro účely této směrnice se za svislou nosnou konstrukci nepovažuje jakékoli zařízení v prostoru pro diváky.

2. Při všech utkáních dle článku II, odst. 3 písm. b mohou být ve sportovních halách umístěny reklamní polepy:

- a) 1 ks ve středu hrací plochy o poloměru max. 2,5m od středu hřiště,
- b) 4 ks na každé polovině mezi středovou čarou a čarou volného hodu o max. velikosti 3m x 2m,
- c) 2 ks uvnitř každého brankoviště o max. velikosti 3m x 2m
- d) 1 ks uvnitř každé branky o max. velikosti 3m x 1m

3. Dále je možno umístit závěsné reklamní panely na ochranné sítě za brankami.

4. Reklamy nesmí narušit řádné vyznačení hrací plochy dle pravidel házené s výjimkou článku VI, odst. 2 písm. a). Na reklamních plochách nesmí být používány fluoreskující barvy.

5. Právo prodávat výše uvedené reklamní plochy mají jednotlivé kluby s výjimkou ustanovení článku IV, odst. 6 a 7.

6. ČSH má právo na bezplatné umístění reklamních panelů o celkové maximální délce 12 m v prostorech vymezených v článku IV, odst. 1, písm. a, b, c, a to jak samostatně v jednom z uvedených prostorů nebo jako součet metrů v jednotlivých prostorech. Grafické vyobrazení umístění reklam je uvedeno v příloze č. 1. která je součástí této směrnice.

7. ČSH má zároveň právo na bezplatné umístění dvou reklamních polepů, a to buď v jedné polovině hřiště, nebo po jednom polepu na každé polovině hřiště v prostoru vymezeném v článku IV, odst. 2, písm. b. Grafické vyobrazení umístění reklam je uvedeno v příloze č. 1, která je součástí této směrnice.

8. Exekutiva ČSH prostřednictvím odborného útvaru Exekutivy ČSH oznámí klubům, zda využije právo na umístění reklamních panelů a zároveň sdělí požadavky na jejich konkrétní umístění. V případě, že tak neučiní do 30. října má se za to, že rezervované plochy v aktuálním soutěžním ročníku nevyužije. V takovém případě je klub oprávněn tyto plochy využívat.

## **Článek V**

### **Reklamy na sportovním oblečení**

1. Při všech utkáních dle článku II, odst. 3 písm. b mohou být umístěny reklamní polepy, nášivky či obtisky (dále jen reklamní nášivky) na sportovním oblečení a

dalším sportovním vybavení hráčů a funkcionářů klubů.

2. Za reklamní nášivku se nepovažuje označení výrobce sportovního oblečení, pokud toto není na každém jednotlivém kusu oblečení větší než 20 cm<sup>2</sup>.

3. Všichni hráči družstva mohou mít na oblečení reklamy max. 8 firem nebo produktů. Umístění reklamních nášivek jejich velikost a barevné provedení musí být v rámci družstva stejné. Přiměřené odchylky jsou přípustné u sportovního oblečení brankářů.

4. Reklamou na dresech nesmí být ovlivněna čitelnost hracích čísel dle pravidel házené. Není povoleno používat fluoreskujících barev.

5. Oblasti pro umístění reklamy na sportovním oblečení jsou:

a) přední strana dresů o 600 cm<sup>2</sup>, přičemž max. velikost jedné reklamní nášivky činí 25cm x 20cm

b) vrchní část zadní strany dresů o max. velikosti 400 cm<sup>2</sup> (nad číslem), přičemž max. velikost jedné reklamní nášivky činí 25cm x 20cm

c) spodní část zadní strany dresů o max. velikosti 400 cm<sup>2</sup> (pod číslem) přičemž max. velikost jedné reklamní nášivky činí 25cm x 20cm

d) vnější část levého rukávu o max. velikosti 100 cm<sup>2</sup>,

e) vnější část pravého rukávu o max. velikosti 100 cm<sup>2</sup>,

f) přední část levé nohavice o max. velikosti 80 cm<sup>2</sup>

g) přední část pravé nohavice o max. velikosti 80 cm<sup>2</sup>

h) zadní strana trenýrek.

6. Právo prodávat výše uvedené reklamní plochy mají jednotlivé kluby s výjimkou ustanovení článku V, odst. 7. a 8.

7. ČSH má zároveň právo na bezplatné umístění jedné reklamní nášivky v prostoru vymezeném v článku V, odst. 5, písm. d) a to pouze v pro generálního partnera ČSH. Grafické vyobrazení umístění reklam je uvedeno v příloze č. 2. která je součástí této směrnice.

8. ČSH má zároveň právo na bezplatné umístění jedné reklamní nášivky v prostoru vymezeném v článku V, odst. 5, písm. f. Grafické vyobrazení umístění reklam je uvedeno v příloze č. 2. která je součástí této směrnice.

9. Reklama na oblečení rozhodčích a svazových funkcionářů je vyhrazena ČSH.

10. Exekutiva ČSH prostřednictvím odborné útvaru Exekutivy ČSH oznámí klubům, zda využije právo na umístění reklamních nášivek. V případě, že tak neučiní do 30. října (v případě článku V, odst. 5, písm. d do 31. července) rezervované

plochy v aktuálním soutěžním ročníku nevyužije. V takovém případě, je klub oprávněn tyto plochy využít.

## **Článek VI**

### **Odpovědnost orgánů ČSH a klubů**

1. Kontrolou ustanovení článek IV a článek V jsou pověřeny řídicí orgány soutěží ČSH.
2. Členské kluby ČSH odpovídají zato, že v každé smlouvě o přenosu či reklamě bude uvedeno, že smluvní strany se seznámily s touto směrnicí a zavazují se jejími ustanoveními řídit. Tato odpovědnost nesmí být postoupena na třetí osobu.
3. Každá smlouva o reklamě musí vedle ustanovení podle odst. 2 obsahovat ujednání, že v případě změn této směrnice nebo směrnice EHF či IHF, uvedou smluvní strany svou smlouvu o reklamě do 30 dnů od účinnosti takových změn s nimi do souladu.
4. Smlouvy o reklamě mezi členskými kluby ČSH a firmami či sponzory nesmí obsahovat oborovou exkluzivitu či jiná ustanovení, která by omezovala reklamní práva ČSH, zejména omezení v umístění, velikosti, a podobně.
5. Smlouvy o reklamě, které uzavřel klub v rozporu s touto směrnicí, jsou neplatné.

## **Článek VII**

### **Námítky a sankce**

1. Kontrolou dodržování ustanovení této směrnice v jednotlivých utkáních je pověřen řídicí orgán soutěže. Zjistí – li řídicí orgán, porušení ustanovení této směrnice při konkrétním utkání, vyzve pořadatele ke zjednání nápravy.
2. Nevyhoví – li pořadatel výzvě řídicího orgánu ke zjednání nápravy, podá řídicí orgán podnět k zahájení disciplinárního řízení.
3. Každý klub má právo předložit námítky proti rozhodnutím řídicího orgánu ČSH ke sporným reklamním smlouvám jako spor k Exekutivě ČSH.
4. Námítky nemají odkladný účinek.
5. V případě porušení ustanovení této směrnice bude proti viníkovi zavedeno disciplinární řízení.

## **Článek VIII**

### **Závěrečná ustanovení**

1. Obsah reklamních sdělení na reklamních panelech, polepech nebo nášivkách

nesmí odporovat dobrým mravům ani mít politické, náboženské, rasistické nebo ideologické zaměření a také jinak být v rozporu se zákonnými ustanoveními.

Toto ustanovení se vztahuje nejen na všechna oficiální utkání spadající do působnosti ČSH, ale taktéž na všechna přátelská a turnajová utkání pořádaná kluby registrovanými v ČSH na území České republiky.

2. Jakékoliv oznámení, námítka či jinou komunikaci související s touto směrnicí je nutno vést písemně, a to buď prostřednictvím mailu s žádostí o potvrzení doručení, nebo doporučeného dopisu, a to výhradně na příslušnou oficiální adresu uvedenou v rozpisu soutěží pro příslušný soutěžní ročník.

3. Výklad Směrnice pro uplatnění vysílacích a reklamních práv provádí Exekutiva Českého svazu házené nebo její odborné útvary.

4. Tato Směrnice o uplatňování vysílacích a reklamních práv ruší a nahrazuje Směrnici o uplatňování televizních a reklamních práv z dne 1. ledna 1997.

5. Směrnice o uplatňování vysílacích a reklamních práv byla schválena Radou ČSH dne 12. prosince 2009 a též den nabývá účinnosti.

Ing. Jaroslav Chvalný  
prezident Českého svazu házené

Příloha č. 1

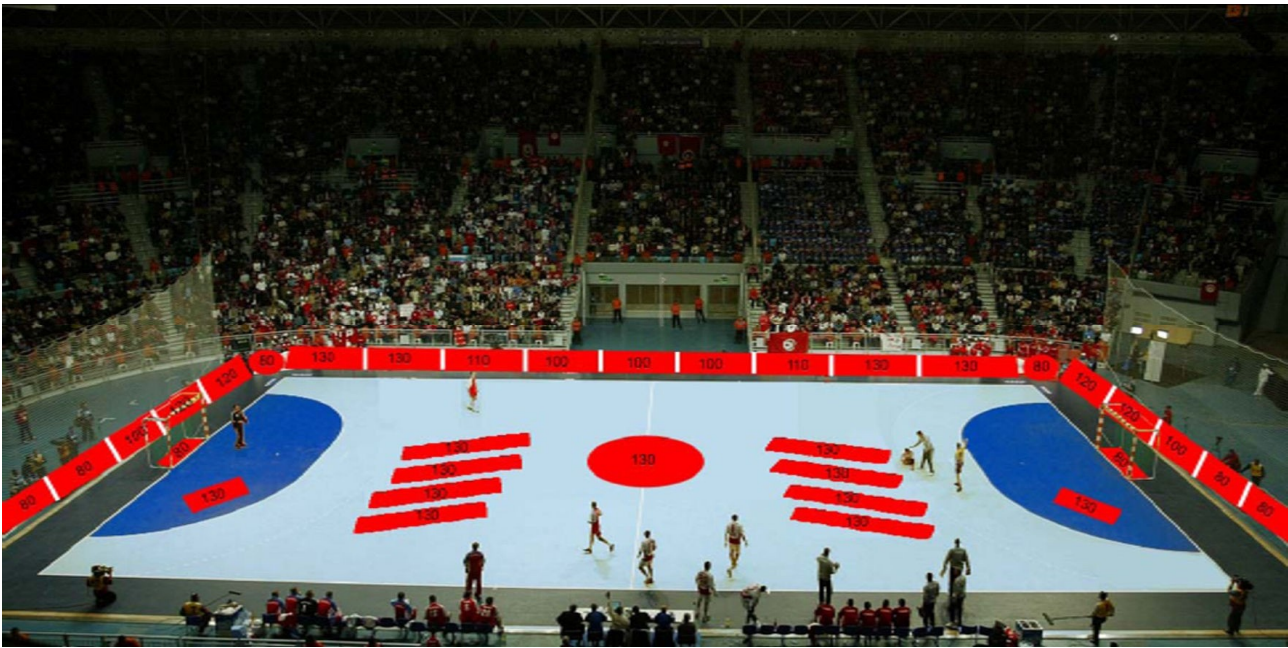
Grafické vyobrazení prostor dle článku IV. odst. 6 a 7.

a)

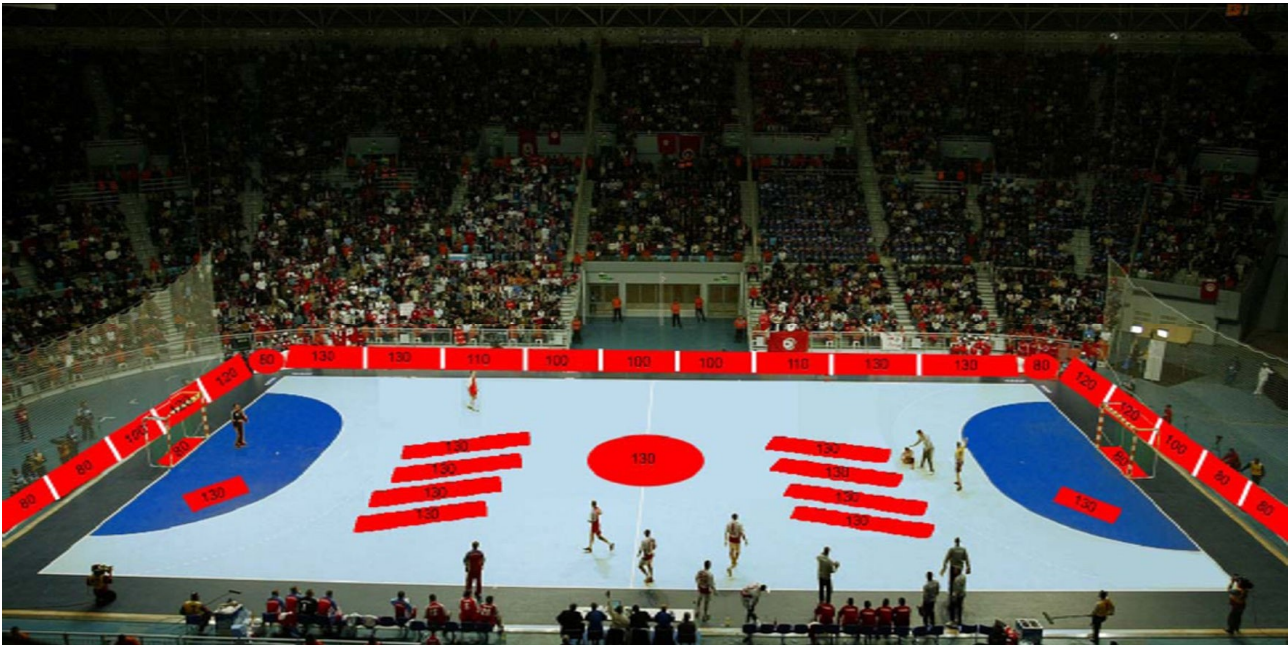




b)

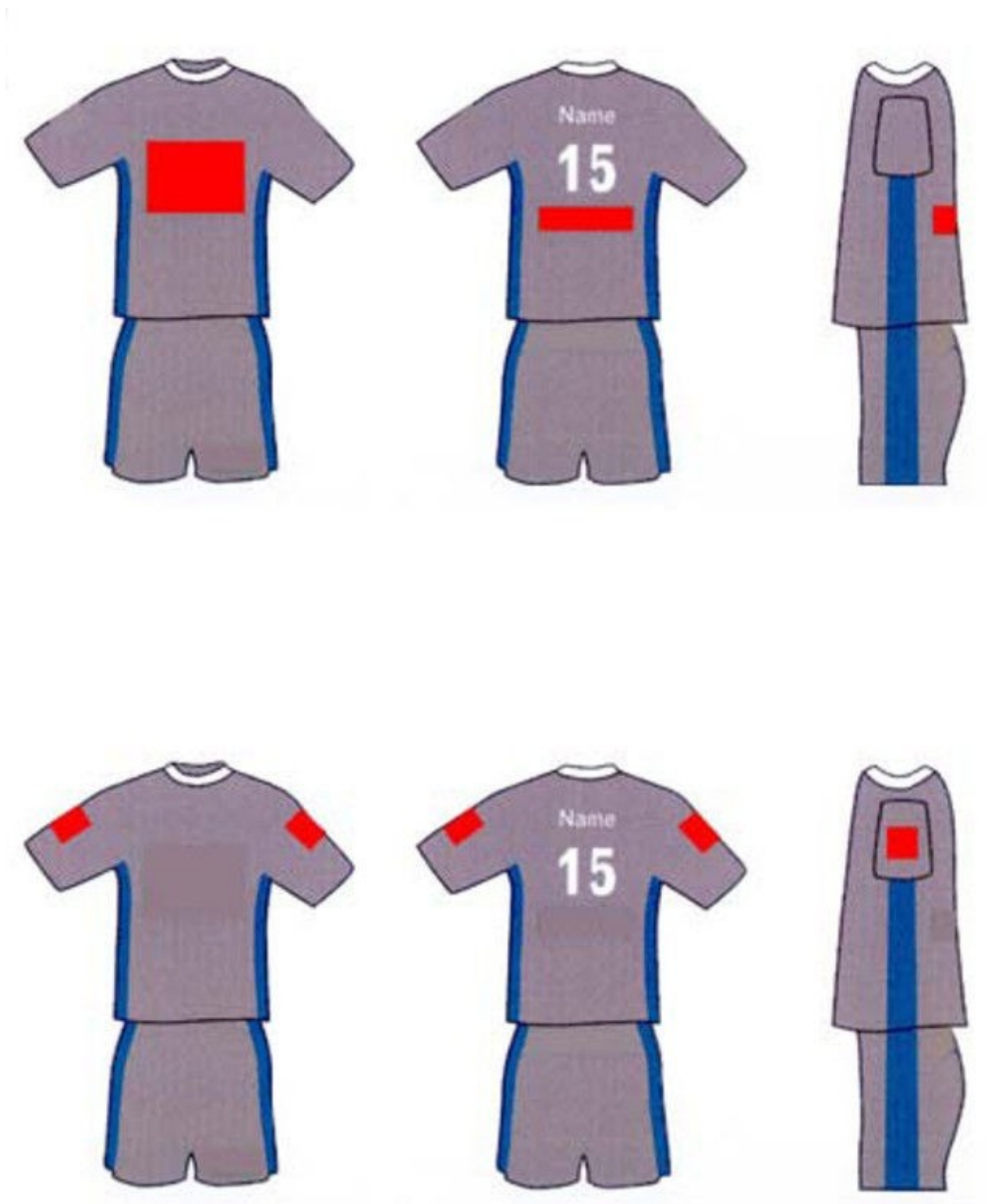


c)



Příloha č. 2

Grafické vyobrazení prostor dle článku V, odst. 6 a 7.





## **Příloha č. 4**

### **PŘESTUPNÍ ŘÁD**

### **ČESKÉHO SVAZU HÁZENÉ**

### **ZÁKLADNÍ USTANOVENÍ**

#### **Článek 1**

1. Přestupní řád Českého svazu házené stanoví podmínky, za nichž se uskutečňují změny příslušnosti registrovaného člena Českého svazu házené (dále jen ČSH) s licenci hráče (dále jen hráč) k registrovanému kolektivnímu členu ČSH (dále jen klub).

2. V přestupním řízení vystupují:

- a) hráč nebo jeho zákonný zástupce,
- b) klub, za který je hráč registrován (dále jen mateřský klub),
- c) klub, do kterého hráč hlásí přestup (dále jen nový klub).

Dále v celém řádu použitý výraz hráč představuje obě pohlaví – ustanovení se vztahují na hráče i hráčku.

3. Podle tohoto Přestupního řádu ČSH se uskutečňují:

- a) přestup,
- b) limitovaný přestup,
- c) hostování.

4. Přestup je trvalý přechod hráče z mateřského klubu do nového klubu, provedený dle pravidel tohoto Přestupního řádu ČSH a spojený s trvalou změnou registrace hráče.

5. Limitovaný přestup je časově omezený přestup hráče z mateřského klubu do nového klubu, provedený dle pravidel tohoto Přestupního řádu ČSH.

6. Hostování je kromě startu v mateřském klubu, start i v jiném klubu, omezený na konkrétní soutěž, přičemž nedochází ke změně registrace.

7. Požádat o přestup podle tohoto Přestupního řádu ČSH má právo každý hráč.

8. O všech přestupech mezi kluby, z klubů do zahraničí a naopak, rozhoduje pověřená osoba sekretariátu ČSH.

9. Porušení Přestupního řádu ČSH může mít za následek disciplinární postih.

#### **Přestupní řízení**

#### **Článek 2**

1. Přestupní řízení, je činnost nutná k provedení změny registrace hráče.

2. Pod pojmem přestupní řízení se tímto Přestupním řádem ČSH rozumí ohlášení trvalého přestupu, ohlášení limitovaného přestupu, ohlášení předčasného ukončení limitovaného přestupu a ohlášení hostování.
3. Přestupní řízení se považuje za zahájené dnem doručení příslušné žádosti o přestupní řízení na sekretariát ČSH.
4. Žádost o přestupní řízení lze podávat v průběhu celého kalendářního roku.
5. Hráč nesmí podat souběžně více než jednu žádost o přestupní řízení.
6. Hráč nesmí podat žádost o přestupní řízení v době nepodmíněného zastavení sportovní činnosti nebo v době, kdy je s ním vedeno disciplinární řízení.
7. V případě negativního výsledku přestupního řízení smí hráč podat novou žádost o přestupní řízení až po pravomocném ukončení předešlého přestupního řízení. V případě, že hráč podá v průběhu projednávání přestupního řízení další žádost o přestupní řízení, je povinen pověřený pracovník sekretariátu ČSH zamítnout obě žádosti a podat podnět k disciplinárnímu řízení.
8. Pověřený pracovník sekretariátu ČSH je povinen podat podnět k disciplinárnímu řízení i v případech, kdy hráč nerespektoval výše uvedená ustanovení.
9. Přestupní řízení se ukončuje:
  - a) pravomocným schválením nebo pravomocným zamítnutím přestupu, limitovaného přestupu nebo předčasného ukončení limitovaného přestupu nebo hostování,
  - b) písemnou dohodou všech tří smluvních stran.
10. Přestupní řízení je záležitostí hráče. Svým zastupováním v přestupním řízení může hráč pověřit jinou osobu, zpravidla zástupce nového klubu (dále jen zplnomocněný zástupce).
11. Případné spory mezi hráčem a zplnomocněným zástupcem, nejsou předmětem přestupního řízení.
12. Veškeré úkony učiněné zplnomocněným zástupcem jsou platné, jako by je učinil sám hráč.

## **Ohlášení přestupu**

### **Článek 3**

1. Ohlášením přestupu hráč oficiálně oznamuje svůj úmysl přestoupit z mateřského klubu do nového klubu.
2. Hráč nesmí ohlásit přestup dříve než po uplynutí 6 měsíců od posledního přestupu nebo od získání licence hráče za mateřský klub.
3. Podkladem pro zahájení přestupního řízení je „Přestupní lístek“ a příslušenství k přestupnímu lístku.
4. Přestupní lístek musí být vyplněný ve všech rubrikách strojem nebo hůlkovým písmem bez oprav a škrtání.

5. K zahájení přestupního řízení je třeba, aby ke dni doručení Přestupního lístku na sekretariát ČSH nebyl datum podpisu hráče na Přestupním lístku starší třiceti dnů.
6. Hráč Přestupní lístek předkládá prokazatelně mateřskému klubu k vyjádření. Může tak učinit osobně, nebo doporučenou poštou.
7. Vyjádření mateřského klubu může být:
- a) s přestupem souhlasíme,
  - b) s přestupem souhlasíme za výchovné,
  - c) s přestupem nesouhlasíme.
8. Mateřský klub musí do 7 dnů své stanovisko spolu s registračním průkazem hráče zaslat na ČSH.
9. Pokud sekretariátu ČSH není ve stanovené lhůtě doručeno vyjádření, bude to považováno za souhlas s přestupem.
10. Nedoručení Registračního průkazu hráče mateřským klubem se považuje za disciplinární přestupek.
11. Současně s vyplněným tiskopisem ohlášení přestupu je třeba přiložit následující příslušenství:
- a) stávající registrační průkaz,
  - b) aktuální fotografii (ne starší jednoho roku) o rozměru 4,5 x 3,5 cm,
  - c) doklad o zaplacení poplatku za projednání ohlášení přestupu,
  - d) přestupní certifikát – souhlasné stanovisko EHF nebo IHF – k přestupu hráče do České republiky (v případě přestupu zahraničního hráče),
  - e) úplnou přihlášku k registraci dle Registračního řádu ČSH (v případě přestupu zahraničního hráče),
  - f) smlouvu hráče s novým klubem, pokud je uzavřena a není evidována ČSH (v případě smluvního hráče),
  - g) potvrzení o zaplacení výchovného nebo odstupného podle ustanovení tohoto Přestupního řádu, nebo potvrzení o zaplacení první části odstupného dle dohody mateřského a nového klubu o způsobu vypořádání odstupného,
  - h) plná moc pro zastupování v přestupním řízení podepsaná hráčem a pověřenou osobou (pokud hráč takovou osobu pověří).
12. Přestup smluvních hráčů je možný, jestliže skončila platnost jejich smlouvy s mateřským klubem.
13. Přestup je možno podat nejdříve v první den účinnosti smlouvy s novým klubem. Ode dne podání „Přestupního lístku“ již nesmí hráč startovat za mateřský klub. Takový start je neoprávněný s disciplinárními a hracími důsledky.



## Ohlášení limitovaného přestupu

### Článek 4

1. Ohlášením limitovaného přestupu hráč oficiálně oznamuje svůj úmysl limitovaně přestoupit z mateřského klubu do nového klubu.
2. Limitované přestupy může uskutečnit hráč, který v den ohlášení splňuje, pro daný soutěžní ročník, věkovou kategorii mladší dorostenec a starší.
3. Limitovaný přestup lze povolit nejdříve po 3 měsících registrace za mateřský klub.
4. Limitovaně přestoupit smí
  - hráč do 21 let na dobu minimálně 1 měsíce,
  - ostatní hráči na dobu minimálně 3 měsíců,
  - profesionální hráči na libovolnou dobu.
5. U smluvních hráčů (neamatéři i profesionálové) doba limitovaného přestupu nesmí překročit dobu platnosti jeho smlouvy s mateřským klubem.
6. Doba limitovaného přestupu musí být na tiskopisu vyznačena. V opačném případě se stanoví vždy minimální.
7. Po dobu limitovaného přestupu se hráč stává hráčem nového klubu, po skončení limitovaného přestupu se hráč opět stává hráčem mateřského klubu.
8. V průběhu jednoho soutěžního ročníku může hráč uskutečnit maximálně dva limitované přestupy, nikoliv však současně.
9. K zahájení přestupního řízení je třeba, aby ke dni doručení ohlášení limitovaného přestupu na sekretariát ČSH nebyl datum podpisu hráče na tiskopisu žádosti starší 30-ti dnů.
10. Hráč je povinen předložit ohlášení limitovaného přestupu k vyjádření mateřskému klubu. Může tak učinit osobně, nebo doporučenou poštou.
11. Mateřský klub je povinen nejpozději do 7 dnů od data převzetí (doručení) vrátit tiskopis hráči, nebo jej doručit na ČSH spolu s registračním průkazem hráče.
12. Vyjádření mateřského klubu může být:
  - a) s limitovaným přestupem souhlasíme,
  - b) s limitovaným přestupem nesouhlasíme.
13. Současně s vyplněným tiskopisem ohlášení limitovaného přestupu je třeba přiložit další podklady:
  - a) stávající registrační průkaz,
  - b) aktuální fotografii (ne starší jednoho roku) o rozměru 4,5 x 3,5 cm,
  - c) doklad o zaplacení poplatku za projednání ohlášení limitovaného přestupu,
  - d) plná moc pro zastupování v přestupním řízení podepsaná hráčem a pověřenou osobou (pokud hráč takovou osobu pověří),

- e) přestupní certifikát – souhlasné stanovisko EHF nebo IHF příslušné federace házené k přestupu hráče do České republiky (v případě limitovaného přestupu zahraničního hráče),
- f) úplnou přihlášku k registraci dle Registračního řádu ČSH (v případě limitovaného přestupu zahraničního hráče).

14. V přestupním řízení o limitovaném přestupu se nepřihlíží k dalším dohodám a ujednáním mezi mateřským a novým klubem, kterými tyto kluby podmínily souhlas s provedením limitovaného přestupu.

## **Ohlášení hostování**

### **Článek 5**

1. Ohlášením hostování hráč oficiálně oznamuje svůj úmysl startovat v konkrétní soutěži jiného, než mateřského klubu.
2. Hostovat v konkrétní soutěži jiného než mateřského klubu smí hráči, kteří v den ohlášení splňují, pro daný soutěžní ročník, věkovou kategorii mladší dorostenec a starší.
3. Hostování do konkrétní soutěže nového klubu lze pouze z nižší soutěže a může být uzavřeno výhradně na nepřetržitou dobu příslušného soutěžního ročníku bez možnosti ji zkrátit nebo předčasně ukončit. Během hostování nelze žádat ani povolit přestup či limitovaný přestup.
4. Hostování do konkrétní soutěže jiného než mateřského klubu musí být podáno nejpozději do 31. 8. kalendářního roku.
5. Po dobu hostování do konkrétní soutěže jiného než mateřského klubu může hráč i nadále startovat za mateřský klub.
6. Hráč nemůže hrát ve dvou různých družstvech jedné soutěže. Porušení tohoto ustanovení se trestá hracími a disciplinárními důsledky.
7. V utkání soutěžního ročníku 2009/2010 mohou v jednom družstvu nastoupit maximálně 3 hráči s hostováním do konkrétní soutěže; od soutěžního ročníku 2010/2011 mohou v jednom družstvu nastoupit maximálně 2 hostující hráči. Porušení tohoto ustanovení se trestá hracími a disciplinárními důsledky.
8. K zahájení přestupního řízení je třeba, aby ke dni doručení ohlášení hostování na sekretariát ČSH nebyl datum podpisu hráče na tiskopisu žádosti starší 30-ti dnů.
9. Hráč je povinen předložit ohlášení hostování k vyjádření mateřskému klubu. Může tak učinit osobně, nebo doporučenou poštou.
10. Mateřský klub je povinen nejpozději do 7 dnů od data převzetí (doručení) vrátit tiskopis hráči, nebo jej doručit na ČSH spolu s registračním průkazem hráče.
11. Vyjádření mateřského klubu může být:
  - a) s hostováním souhlasíme,



b) s hostováním nesouhlasíme.

12. Současně s vyplněným tiskopisem ohlášení hostování je třeba přiložit další podklady:

a) stávající registrační průkaz,

b) aktuální fotografii (ne starší jednoho roku) o rozměru 4,5 x 3,5 cm,

c) doklad o zaplacení poplatku za projednání ohlášení hostování,

d) plná moc pro zastupování v přestupním řízení podepsaná hráčem a pověřenou osobou (pokud hráč takovou osobu pověří),

e) přestupní certifikát – souhlasné stanovisko EHF nebo IHF příslušné federace házené k přestupu hráče do České republiky (v případě hostování zahraničního hráče),

f) úplnou přihlášku k registraci dle Registračního řádu ČSH (v případě hostování zahraničního hráče).

13. V přestupním řízení o hostování se nepřihlíží k dalším dohodám a ujednáním mezi mateřským a novým klubem, kterými tyto kluby podmínily souhlas s provedením hostování.

## **Ohlášení předčasného ukončení limitovaného přestupu**

### **Článek 6**

1. Limitovaný přestup končí obvykle uplynutím doby, na kterou byl schválen.

2. Limitovaný přestup lze ukončit před uplynutím doby, na kterou byl schválen, nejdříve však po uplynutí minimální doby.

3. Ohlášením ukončení limitovaného přestupu hráč oficiálně oznamuje svůj úmysl ukončit limitovaný přestup z nového klubu do mateřského klubu.

4. Současně s vyplněným tiskopisem ohlášení ukončení limitovaného přestupu je třeba přiložit oklad o zaplacení poplatku za projednání ohlášení ukončení limitovaného přestupu.

5. K zahájení přestupního řízení je třeba, aby ke dni doručení ohlášení ukončení limitovaného přestupu na sekretariát ČSH nebyl datum podpisu hráče na tiskopisu žádosti starší 30-ti dnů.

6. Hráč je povinen předložit ohlášení přestupu k vyjádření mateřskému klubu. Může tak učinit osobně, nebo doporučenou poštou.

7. Mateřský klub je povinen nejpozději do 7 dnů od data převzetí (doručení) vrátit tiskopis hráči nebo jej doručit na ČSH spolu s registračním průkazem hráče.

8. Vyjádření mateřského klubu může být:

a) s ukončením limitovaného přestupu souhlasíme,

b) s ukončením limitovaného přestupu nesouhlasíme.

## **Rozhodování v přestupním řízení**

### **Článek 7**

1. O výsledku přestupního řízení rozhoduje pověřený pracovník sekretariátu ČSH.
2. Přestupní řízení musí být ukončeno nejpozději do 10-ti dnů od jeho zahájení.
3. Každá žádost o přestupní řízení současně se všemi náležitostmi musí být zaslána doporučenou poštou nebo doručena osobně na sekretariát ČSH.
4. Pokud jakákoliv žádost o přestupní řízení nemá všechny náležitosti, nesmí být přestupní řízení zahájeno a pověřený pracovník sekretariátu ČSH veškeré doručené podklady vrátí odesílateli.
5. Pokud žádost o přestupní řízení má všechny náležitosti, avšak nesplňuje některou předepsanou podmínku pro jednotlivé typy, pak pověřený pracovník sekretariátu ČSH žádost o přestupní řízení zamítne.
6. Ohlášení limitovaného přestupu přes nesouhlas mateřského klubu lze schválit na dobu maximálně do 30. 6. v případě, že ohlášení limitovaného přestupu podává hráč, jehož mateřský klub nemá v příslušné věkové kategorii družstvo přihlášené do soutěže.
7. Ohlášení hostování přes nesouhlas mateřského klubu lze schválit na dobu maximálně do 30. 6. v případě, že ohlášení hostování podává hráč, jehož mateřský klub nemá v příslušné věkové kategorii družstvo přihlášené do soutěže.
8. Veškerá konečná rozhodnutí v přestupních řízeních s výjimkou schválení ohlášení přestupu se oznamují hráči, mateřskému klubu a novému klubu písemně doporučenou poštou.
9. ČSH zveřejňuje zprávy o povolených a zamítnutých přestupech, limitovaných přestupech a hostováních ve svých úředních zprávách.

## **Poplatky za přestupní řízení**

### **Článek 8**

1. Hráč je povinen uhradit poplatky za přestupní řízení. Výši poplatků stanoví Exekutiva ČSH.
2. V případě, že je schválen přestup, limitovaný přestup event. hostování je hráč povinen uhradit rovněž poplatek za vystavení nového registračního průkazu podle ustanovení Registračního řádu ČSH.
3. Hráč, který se odvolává proti rozhodnutí v přestupním řízení, je povinen zaplatit poplatek za odvolání v přestupním řízení. Výši poplatku stanoví Exekutiva ČSH.

## **Výchovné**

### **Článek 9**

1. ČSH v případech, kdy mateřský klub souhlasí s přestupem za výchovné nebo s přestupem nesouhlasí, stanoví výši výchovného za přestupujícího hráče.

2. Výchovné zahrnuje náhradu nákladů za výchovu a další rozvoj hráče v období, kdy byl hráč registrován.

3. Výchovné se stanovuje takto:

a) Výchovné za hráče ve věku do 15 let včetně se stanovuje ve výši 4 000 Kč za každý ukončený rok, v němž byl hráč registrován v ČSH.

b) Výchovné za hráče ve věku od 15 do 23 let se stanovuje ve výši 8 000 Kč za každý ukončený rok, v němž byl hráč registrován v ČSH.

c) Za dobu, kdy je hráč evidován jako neamatér náleží klubu výchovné ve výši 12 000 Kč za každý ukončený rok, v němž byl hráč registrován jako neamatér.

d) Za dobu, kdy je hráč evidován, jako profesionální hráč náleží klubu výchovné ve výši 20 000 Kč za každý ukončený rok, v němž byl hráč registrován jako profesionál.

e) Roční výchovné se navyšuje o 20 %, pokud hráč v daném ukončeném roce nastoupil alespoň k jednomu oficiálnímu mezistátnímu reprezentačnímu utkání.

4. Aktuální výchovné je součtem výše uvedených dílčích částek.

5. Výchovné se stanovuje s přesností na 1/12 ročních hodnot.

## **Odvolání proti rozhodnutí v přestupním řízení**

### **Článek 10**

1. Proti rozhodnutí pověřeného pracovníka sekretariátu ČSH o výsledku přestupního řízení lze podat do 15 dnů od jeho doručení odvolání k Exekutivě ČSH. Odvolání je nutno doručit osobně do sekretariátu ČSH nebo doporučenou poštou.

2. Je-li odvolání podáno opožděně, nebo není-li připojen doklad o zaplacení poplatku, Exekutiva ČSH bez dalšího projednávání odvolání zamítne.

3. Pokud některý z účastníků přestupního řízení podá proti rozhodnutí o výsledku přestupního řízení odvolání, pohlíží se na dané přestupní řízení, až do pravomocného rozhodnutí odvolacího orgánu, jako by nebylo ukončeno se všemi důsledky z toho vyplývajícími.

## **Ustanovení pro přestupy do zahraničí a zpět a start cizinců**

### **Článek 11**

1. Každý hráč má zásadní právo uskutečnit mezinárodní přestup, a to v případě, že neodporuje ustanovením Reglementu IHF a tohoto řádu. Přestupy hráčů mezi svazy v působnosti EHF se uskutečňují podle Přestupního řádu EHF.

2. Mezinárodní přestup je platný po předložení vyplněného a pravoplatně podepsaného přestupního certifikátu, potvrzeného EHF nebo IHF (v případě přestupu mezi kontinenty).

3. Pro uvolnění hráče jinému národnímu svazu se používá oficiální mezinárodní přestupní certifikát.

## **Článek 12**

1. Start hráče v zahraničním klubu je především dán dohodou mezi hráčem a novým klubem (u smluvních hráčů při ukončení smlouvy). Přijímající klub požádá svůj národní svaz o vyžádání hráčského oprávnění.
2. Přijímající národní svaz písemně vyžádá vystavení mezinárodního přestupního certifikátu od uvolňujícího národního svazu. Současně se zašle kopie tohoto vyžádání EHF.
3. Uvolňující svaz informuje uvolňující klub o zaslání žádosti. Uvolňující klub se musí do 5 dnů vyjádřit k náležitostem vyplývajícím z probíhající či ukončené smlouvy.
4. Uvolňující národní svaz pak odpoví do 30 dnů od obdržení žádosti (kopie EHF) nebo vystaví ve stejném termínu mezinárodní přestupní certifikát pro přijímající svaz a EHF, pokud tomu nebrání podstatné důvody.
5. Přijímající klub zaplatí přestupní poplatky – uvolňujícímu svazu za vystavení přestupního certifikátu pro hráče a EHF za administrativní projednání.

## **Časově omezený přestup-zapůjčení**

### **Článek 13**

1. Smluvního hráče lze v běžící smlouvě zapůjčit do zahraničního klubu. Další zapůjčení již zapůjčeného hráče je možné. Celková doba zapůjčení nesmí překročit trvání původní platné smlouvy mezi hráčem a uvolňujícím klubem.
2. Podmínky, týkající se zapůjčení smluvního hráče (doba zapůjčení, s tím spojené povinnosti a další ujednání) jsou součástí samostatné písemné dohody mezi kluby, která musí být připojena k mezinárodnímu přestupnímu certifikátu.
3. Po uplynutí doby zapůjčení se hráč automaticky vrací do klubu, který ho zapůjčil (EHF vystavuje přestupní certifikát).
4. Návrat z časově omezeného přestupu event. prodloužení zapůjčení se řeší bez poplatků EHF. (Ustanovení platí pouze v případě, že prodloužení je vyžádáno do 30dnů od konce termínu původního zapůjčení.)
5. Předčasný návrat ze zapůjčení je spojeno se zaplacením stanovených poplatků EHF.

### **Článek 14**

1. Vystavení mezinárodního přestupního certifikátu uvolňujícím národním svazem je vždy vázáno na

prokazatelné zaplacení stanoveného poplatku.

2. Vystavení hráčského oprávnění od EHF je vždy vázáno na obdržení přestupních poplatků nebo potvrzení o jejich zaplacení. Následuje zařazení přestupu do databanky EHF a archivování přestupního certifikátu na EHF. Vydání potvrzení přestupního certifikátu EHF a odeslání uvolňujícímu a přijímajícímu svazu.

3. Pokud není ve lhůtě 30 dnů po vyžádání mezinárodní přestupní certifikát vystaven nebo nejsou sděleny závažné důvody, pro které být vystaven nemůže, může přijímající svaz vyžádat vystavení certifikátu pro nedodržení lhůty u EHF (event. IHF).

## **Článek 15**

1. Teprve až přijímající národní svaz obdrží mezinárodní přestupní certifikát potvrzený IHF nebo EHF, je hráč od tohoto data oprávněn hrát.

2. K vystavení registračního průkazu ČSH dodá přijímací klub vyplněnou přihlášku k registraci přicházejícího hráče.

## **SPOLEČNÁ A ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ**

### **Článek 16**

1. Přestupní řízení podle tohoto řádu, pokud není uvedeno jinak, provádí pověření pracovníci sekretariátu ČSH. Jména těchto pracovníků musí být zveřejněna v oficiálních dokumentech svazu.

2. Neplnění závazků vyplývajících ze smluv mezi kluby v souvislosti s přestupním řízením nemá vliv na uskutečněný přestup.

3. Všechna podání, vyjádření a potvrzení, která jsou učiněna podle tohoto řádu a není-li jím určeno jinak, musí být opatřena, kromě podpisu statutárního zástupce klubu, čitelně uvedeným jménem podepsaného funkcionáře klubu, (nejlépe hůlkovým písmem nebo strojem) a razítkem klubu. Bez těchto náležitostí jsou podání, vyjádření a potvrzení neplatná.

4. Kluby mohou zaslat na sekretariát ČSH podpisové vzory funkcionářů oprávněných za klub podepisovat podání, vyjádření a potvrzení. Nemá-li klub u ČSH uloženy tyto podpisové vzory, považují se za oprávněné k podpisu ty osoby, jejichž jména, funkce a podpisy jsou uvedeny na dokladech.

5. Výklad tohoto řádu provádí odborný útvar Exekutivy ČSH či Exekutiva ČSH.

6. Přestupní řád byl schválen Radou ČSH dne 8. 5. 2010

7. Přestupní řád v tomto znění nabývá účinnosti dnem 1. 7. 2010